De la misma autora

Consuming the romantic utopia: Love and the cultural contradictions of capitalism, Berkeley, 1997
The culture of capitalism, Jerusalén, 2002
Oprah Winfrey and the glamour of misery: An essay on popular culture, Nueva York, 2003
Saving the modern soul: Therapy, emotions, and the culture of self-help (University of California Press, en prensa)
Intimidades congeladas fue publicada en inglés por Polity Press, en alemán por Suhrkamp Verlag, en francés por Du Seuil y en italiano por Feltrinelli.

Eva Illouz

Intimidades congeladas

Las emociones en el capitalismo

Traducido por Joaquín Ibarburu



discusiones

Primera edición, 2007

Sinclair 2949, 5º B
1425 Buenos Aires
Fernán González, 59 Bajo A
28009 Madrid
www.katzeditores.com

cultura Libre

Título de la edición original: *Cold intimacies. The making of emotional capitalism*

ISBN Argentina: 978-987-1283-59-0
ISBN España: 978-84-96859-17-3

1. Capitalismo. I. Ibarburu, Joaquín, trad. II. Título
CDD 320.5

Diseño de colección: thölon kunst
Impreso en la Argentina por Latingráfica S.R.L.

Hecho el depósito que marca la ley 11.723.

Índice

A Elchanan

Agradecimientos

Pocos libros deben su existencia a la iniciativa de una sola persona. Éste es uno de ellos. Cuando me invitó a dictar las Conferencias Adorno en Frankfurt, Axel Honneth me hizo detener y volver a pensar acerca del tema que estaba trabajando en ese momento: el papel de la psicología en la conformación de las estructuras culturales habituales de los hombres y las mujeres de clase media en buena parte del mundo contemporáneo. Releí a los teóricos críticos y tomé conciencia de que es necesario avanzar respecto de la larga tradición de teoría crítica que va de Theodor Adorno a Axel Honneth vía Habermas para comprender las tendencias en conflicto que operan en la modernidad. La extraordinaria visión intelectual de Axel, su generosidad sin límites y su infatigable energía brindaron un firme sustento a este libro.

Agradezco profundamente a Viviana Zelizer por haberme invitado como profesora visitante del Departamento de Sociología de la Universidad de Princeton,

período en el cual escribí estas conferencias. También estoy sumamente agradecida a los bibliotecarios del Instituto de Estudios Avanzados por su entusiasta y eficiente atención.

Beatrice Smedley leyó las tres conferencias y, con la amabilidad y la inteligencia que la caracterizan, me llevó a reflexionar y a mejorar muchas cosas. El trabajo de Carol Kidron sobre el trauma, así como sus reflexiones críticas significaron un gran aporte para este libro. Eitan Wilf merece mi más caluroso agradecimiento por haber leído el manuscrito y propuesto adiciones bibliográficas y comentarios generales. Lior Flum me brindó una invalorable ayuda en el a menudo difícil proceso de concluir apropiadamente este libro.

Estoy profundamente agradecida a Sarah Dancy, Emma Hutchinson y Gail Ferguson, de Polity Press, por su trabajo exhaustivo, su profesionalismo y su amabilidad.

Por último, dedico este libro a mi esposo y mejor amigo, Elchanan, que además de su lectura, su crítica y su análisis de la obra dedicó una considerable cantidad de su tiempo a atender muchas vacilaciones confusas y compartió algunos momentos de irreflexiva felicidad.

1
El surgimiento del *Homo Sentimentalis*

Tradicionalmente, los sociólogos entendieron la modernidad en términos del advenimiento del capitalismo, de la aparición de instituciones políticas democráticas o de la fuerza moral de la idea de individualismo, pero prestaron escasa atención al hecho de que, junto con los conceptos familiares de plusvalía, explotación, racionalización, desencantamiento o división del trabajo, la mayor parte de los grandes relatos sociológicos de la modernidad contenían otra historia colateral en clave menor, a saber, las descripciones o los relatos del advenimiento de la modernidad en términos de emociones. Para tomar algunos ejemplos vívidos pero en apariencia triviales, la ética protestante de Weber contiene, en su núcleo, una tesis sobre el papel de las emociones en la acción económica, dado que es la angustia que provoca una divinidad inescrutable lo que subyace en la actividad vertiginosa del empresario capitalista.[1] El con-

1 Weber, Max, *The Protestant ethic and the spirit of capitalism*, Nueva York, Charles Scribner's Sons, 1958 [trad. esp.: *La ética protestante y el espíritu del capitalismo*, México, FCE, 2004].

cepto de alienación en Marx –que resultaba central para explicar la relación del trabajador con el proceso y el producto del trabajo– tenía fuertes visos emocionales, como cuando Marx, en los *Manuscritos económico-filosóficos*, analiza el trabajo alienado como una pérdida de realidad, en sus palabras, una pérdida en lo relativo al vínculo con el objeto.[2] Cuando la cultura popular se apropió de la "alienación" de Marx –y la distorsionó– fue sobre todo por sus implicaciones emocionales: la modernidad y el capitalismo eran alienantes en el sentido de que creaban un tipo de entumecimiento emocional que separaba a las personas entre sí, de su comunidad y de su propio yo profundo. También podemos recordar la famosa descripción que hace Simmel de la metrópolis, que comprende un relato de la vida emocional. Para Simmel, la vida urbana genera un incesante flujo de estímulos nerviosos y se diferencia de la vida en un pueblo pequeño, que se caracteriza por las relaciones emocionales. La típica actitud moderna, para Simmel, es la del "*blasé*", una mezcla de reserva, frialdad, indiferencia y, agrega, siempre en riesgo de convertirse en odio.[3] Por último, fue la sociología de Durkheim –de manera algo sorprendente dada su condición de neokantiano– la que de manera más evidente se ocupó de las emociones. De hecho, la "solidaridad", la figura clave de la sociología de Durkheim, no es más que una serie de emociones que vinculan a los actores sociales con los símbolos centrales de la sociedad (lo que Durkheim llamaba "*effervescence*" en *Las formas elementales de la vida religiosa*).[4] (En la conclusión de *Clasificaciones primitivas*,[5] Durkheim y Mauss sostienen que las clasificaciones simbólicas –entidades cognitivas *par excellence*– tienen una base emocional.) El punto de vista de Durkheim sobre la modernidad tenía una relación más directa con las emociones cuando procuraba entender cómo, dado que la diferenciación de las sociedades modernas carecía de intensidad emocional, la sociedad moderna "se mantenía unida".[6]

2 Véase Marx, Karl, "Estranged labor", en Dirk J. Struik (ed.), *The economic and philosophic manuscripts of 1844*, Nueva York, International Publishing, 1904 [trad. esp.: *Manuscritos económico-filosóficos de 1844*, en Marx, K. y F. Engels, *Obras fundamentales 1: Escritos de juventud*, trad. de Wenceslao Roces, México, FCE, 1982].

3 Simmel, Georg, "The metropolis and mental life", en K. Wolff (ed.), *The sociology of Georg Simmel*, Nueva York, Free Press, 1950.

4 Durkheim, Émile, *Elementary forms of religious life*, Nueva York, Free Press, 1969 [trad. esp.: *Las formas elementales de la vida religiosa*, Madrid, Akal, 1982].

5 Durkheim, Émile y Marcel Mauss, *Primitive classification*, Londres, Cohen & West, 1963 [trad. esp.: *Clasificaciones primitivas y otros ensayos de antropología positiva*, Barcelona, Ariel, 1996].

6 Durkheim, Émile, *The division of labor in society*, Nueva York, Free Press, 1964 [trad. esp.: *La división del trabajo social*, Madrid, Akal, 1982].

Mi punto de vista es lo suficientemente claro y no es necesario que insista en su explicación. Por más que no sean conscientes de ello, los relatos sociológicos canónicos de la modernidad contienen, si no una teoría desarrollada de las emociones, por lo menos numerosas referencias a éstas: angustia, amor, competitividad, indiferencia, culpa; si nos tomamos el trabajo de profundizar en las descripciones históricas y sociológicas de las rupturas que llevaron a la era moderna, podremos advertir que todos esos elementos están presentes en la mayor parte de ellas.[7] Lo que quiero destacar en este libro es que cuando recuperamos esa dimensión no tan oculta de la modernidad, los análisis de lo que constituye la identidad y la personalidad modernas, de la división entre lo privado y lo público y su articulación en las divisiones de género, experimentan un gran cambio.

Podría preguntarse, sin embargo, por qué hacerlo. ¿La concentración en una experiencia tan subjetiva, invisible y personal como la "emoción" no socavaría la vocación de la sociología, que, al fin de cuentas, se ocupa de regularidades objetivas, actos comparables y grandes instituciones? ¿Por qué, en otras palabras, complicar las cosas con una categoría sin la cual la

7 Por supuesto, las emociones no desempeñan el mismo papel en los distintos marcos sociológicos, pero lo que sostengo es que desempeñan un papel.

sociología se las arregló muy bien hasta ahora? Creo que hay suficientes razones para ello.[8,9]

La emoción *no* es acción *per se*, sino que es la energía interna que nos impulsa a un acto, lo que da cierto "carácter" o "colorido" a un acto. La emoción, entonces, puede definirse como el aspecto "cargado de energía" de la acción, en el que se entiende que implica al mismo tiempo cognición, afecto, evaluación, motivación y el cuerpo.[10,11] Lejos de ser presociales o preculturales, las emociones son significados culturales y relaciones sociales fusionados de manera inseparable, y es esa fusión lo que les confiere la capacidad de impartir energía a la acción. Lo que hace que la emoción tenga esa "energía" es el hecho de que siempre concierne al yo y a la relación del yo con otros situados culturalmente. Cuando se me dice "otra vez llega tarde", el hecho de que sienta vergüenza, enojo o culpa dependerá casi

8 McCarthy, Doyle E., "The social construction of emotions: New directions from culture theory", *Social Perspectives on Emotion* 2, 1994, pp. 267-279.

9 McCarthy, Doyle E., "The emotions: Senses of the modern self", *Osterreichische Zeitschrift für Soziologie* 27, 2002, pp. 30-49.

10 Nussbaum, Martha C., *Upheavals of thought: The intelligence of emotions*, Cambridge, Cambridge University Press, 2001.

11 Rosaldo, M., "Toward an anthropology of self and feeling", en R. Schweder y R. LeVine (eds.), *Culture theory: Essays in mind, self, and emotion*, Cambridge, Cambridge University Press, 1984, pp. 136-157.

exclusivamente de la relación que tenga con quien me lo dice. Es probable que un comentario de mi jefe sobre mi llegada tarde me produzca vergüenza; si se trata de un colega, es probable que me enoje, pero si el que lo dice es mi hijo que me espera en la escuela, lo más probable es que me sienta culpable. Sin duda la emoción es un elemento psicológico, pero es en mayor medida un elemento cultural y social: por medio de la emoción representamos las definiciones culturales de personalidad tal como se las expresa en relaciones concretas e inmediatas, pero siempre definidas en términos culturales y sociales. Diría, entonces, que las emociones son significados culturales y relaciones sociales que están muy fusionados, y que es esa estrecha fusión lo que les confiere su carácter enérgico y, por lo tanto, prerreflexivo y a menudo semiconsciente. Las emociones son aspectos profundamente internalizados e irreflexivos de la acción, pero no porque no conlleven suficiente cultura y sociedad, sino porque tienen demasiado de ambas.

Por ese motivo, una sociología hermenéutica que quiera entender la acción social desde "adentro", no puede hacerlo de manera adecuada si no presta atención al color emocional de la acción y a lo que la impulsa.

Las emociones tienen otra importancia cardinal para la sociología: buena parte de las disposiciones sociales son también disposiciones emocionales. Resulta trivial

decir que la distinción y la división más fundamentales que organizan la mayor parte de las sociedades del mundo –es decir, entre hombres y mujeres– se basan en (y se reproducen a través de) las culturas emocionales.[12] Para ser un hombre de carácter hay que dar muestras de valor, fría racionalidad y agresividad disciplinada. La femineidad, por su parte, exige amabilidad, compasión y alegría. La jerarquía social que producen las divisiones de género contiene divisiones emocionales implícitas, sin las cuales hombres y mujeres no reproducirían sus roles e identidades. Esas divisiones, a su vez, producen jerarquías emocionales, según las cuales la racionalidad fría por lo general se considera más confiable, objetiva y profesional que la compasión. Por ejemplo, el ideal de objetividad que domina nuestra concepción de la información periodística o de la Justicia (ciega) presupone la práctica y el modelo masculinos del control emocional de sí. De esa manera, las emociones se organizan de modo jerárquico y, a su vez, ese tipo de jerarquía emocional organiza implícitamente las disposiciones sociales y morales.

12 Abu-Lughod, Lila y Catherine A. Lutz, "Introduction: Emotion, discourse and the politics of everyday life", en Catherine A. Lutz y Lila Abu-Lughod (eds.), *Language and the politics of emotion*, Cambridge, Cambridge University Press, 1990, pp. 1-23; Shields, Stephanie, Keith Oatley y Antony Manstead, *Speaking from the heart: Gender and the social meaning of emotion*, Cambridge, Cambridge University Press, 2002.

Lo que quiero afirmar aquí es que la construcción del capitalismo se hizo de la mano de la construcción de una cultura emocional muy especializada y que cuando nos concentramos en esa dimensión –en sus emociones, por así decirlo– podemos descubrir otro orden en la organización social del capitalismo. En esta primera conferencia, mi intención es mostrar que cuando consideramos las emociones como personajes principales de la historia del capitalismo y la modernidad, la división convencional entre una esfera pública no emocional y una esfera privada saturada de emociones comienza a disolverse; asimismo, se torna evidente que durante el siglo XX se llevó a los hombres y a las mujeres de clase media a concentrarse fuertemente en su vida emocional, tanto en el trabajo como en la familia, mediante el uso de técnicas similares para llevar a un primer plano el yo y sus relaciones con los demás. Esa nueva cultura de la emotividad no significa, como temen los críticos tocquevilleanos, que nos hayamos retirado al interior de la vida privada.[13] Al contrario,

13 Coontz, Stephanie, *The social origins of private life: A history of American families, 1600-1900*, Nueva York, Verso Books, 1988. Para ejemplos clásicos de tales posiciones, véase Bellah, R., R. Madsen, W. Sullivan, A. Swidler y S. Tipson, *Habits of the heart: Individualism and commitment in American life*, Berkeley, University of California Press, 1985; o Lasch, C., *The minimal self: Psychic survival in troubled times*, Nueva York, W. W. Norton, 1984.

el yo interior privado nunca tuvo una representación tan pública ni estuvo tan ligado a los discursos y valores de las esferas económica y política. La segunda conferencia explora con mayor minuciosidad las formas en que la identidad moderna se encarna de manera cada vez más pública en una serie de lugares sociales a través de una narrativa que combina la aspiración a la autorrealización y la afirmación del sufrimiento emocional. La frecuencia y la persistencia de esa narrativa, que podemos llamar *una narrativa de reconocimiento*, se relaciona con los intereses ideales y materiales de una variedad de grupos sociales que operan en el mercado, en la sociedad civil y dentro de los límites institucionales del Estado. En la tercera conferencia muestro cómo el proceso de establecimiento del yo como asunto público y emocional encuentra su expresión más fuerte en la tecnología de Internet, una tecnología que presupone y pone en acto un yo emocional público y, de hecho, incluso logra que el yo emocional público preceda a las interacciones privadas y las constituya.

Si bien cada conferencia puede leerse por separado, éstas tienen una vinculación orgánica y suponen una progresión acumulativa hacia el principal objetivo de las tres, que es trazar los contornos de lo que llamo *capitalismo emocional*. El capitalismo emocional es una cultura en la que las prácticas y los discursos emocio-

nales y económicos se configuran mutuamente y producen lo que considero un amplio movimiento en el que el afecto se convierte en un aspecto esencial del comportamiento económico y en el que la vida emocional –sobre todo la de la clase media– sigue la lógica del intercambio y las relaciones económicas. Es inevitable que los temas de la "racionalización" y la "mercantilización" (de las emociones) sean tópicos recurrentes en las tres conferencias. Sin embargo, mi análisis no es ni marxista ni weberiano dado que no presupongo que la economía y las emociones puedan (ni deban) separarse.[14] De hecho, como procuro mostrar, los repertorios culturales basados en el mercado configuran e informan las relaciones emocionales e interpersonales, mientras que las relaciones interpersonales se encuentran en el epicentro de las relaciones económicas. Más exactamente, los repertorios del mercado se entrelazaron con el lenguaje de la psicología y, combinados, proporcionaron nuevas técnicas y sentidos para forjar nuevas formas de sociabilidad. En la siguiente sección analizaré cómo surgió esa nueva forma de sociabilidad y cuáles son sus significaciones emocionales (imaginarias) centrales.

14 Véase Zelizer, Viviana, *The social meaning of money*, Nueva York, Basic Books, 1994.

FREUD Y LAS CONFERENCIAS CLARK

Si tuviera que olvidar mi formación como socióloga cultural, así como mi profunda desconfianza respecto de la asignación de fechas a los grandes cambios culturales, y si de todos modos me viera obligada a fijar una fecha que marcara la transformación de la cultura emocional estadounidense, elegiría 1909, el año en que Sigmund Freud viajó a los Estados Unidos para dar una serie de conferencias en la Universidad Clark. En cinco conferencias, Freud presentó a un público ecléctico las principales ideas del psicoanálisis o, en todo caso, aquellas que tendrían un fuerte eco en la cultura popular estadounidense, tales como el *lapsus linguae*, el papel del inconsciente en la determinación de nuestro destino, la centralidad de los sueños en la vida psíquica, el carácter sexual de la mayor parte de nuestros deseos, la familia como origen de nuestra psiquis y causa última de sus patologías. Resulta extraño que muchos análisis históricos y sociológicos nos hayan brindado versiones elaboradas y sofisticadas del psicoanálisis en términos de sus orígenes intelectuales,[15] de su impacto

15 Chertok, Leon y Raymond de Saussure, *The therapeutic revolution: From Mesmer to Freud*, Nueva York, Brunner/Mazel Publishers, 1979; Ellenberger, Henry F., *The discovery of the unconscious: The history and evolution of dynamic psychiatry*, Nueva York, Basic Books, 1970.

en las concepciones culturales del yo o de su relación con las ideas científicas, pero que hayan obviado un hecho simple y evidente: que el psicoanálisis, así como la amplia variedad de teorías disidentes de la psiquis que le siguieron, por lo general tenían por objetivo primario la reconfiguración de la vida emocional (si bien, por supuesto, sólo parecían interesados en su disección). Más exactamente, las muchas y distintas vertientes de psicología clínica –freudiana, psicología del ego, humanista, de las relaciones de objeto– formularon lo que sugiero llamar un nuevo estilo emocional –el estilo emocional terapéutico– que dominó el panorama cultural estadounidense del siglo XX.

¿Qué es un "estilo emocional"? En su conocido libro, *Nueva clave de la filosofía*, Susanne Langer señala que toda etapa de la historia de la filosofía "tiene su propia preocupación" y que "es el modo de abordar los problemas" –lo que Langer llama su "técnica"–, y no aquello de lo que hablan, "lo que inscribe [a los filósofos] en una época".[16] Llamo estilo terapéutico emocional a los modos en que la cultura del siglo XX llegó a "preocuparse" por la vida emocional –su etiología y morfología– y a desarrollar "técnicas" específicas –lingüísticas, científicas, interactivas– para comprender y manejar esas emociones.[17] El estilo emocional moderno se configuró sobre todo (si bien no de manera exclusiva) a través del lenguaje de la terapia que surgió en un período relativamente breve entre las dos guerras mundiales. Si, como sostiene Jürgen Habermas, "Al finalizar el siglo XX surgió una disciplina [el psicoanálisis], ante todo como trabajo de un solo hombre [Freud]",[18] yo agregaría que esa disciplina pronto se convirtió en más que una disciplina, es decir, en un cuerpo especializado de saber. Se trataba de un nuevo conjunto de prácticas culturales que, dada la extraordinaria situación de que se encontraba inscrita tanto en el ámbito de la producción científica como en el doble ámbito de la cultura popular y de élite, reorganizaba las ideas del yo, de la vida emocional e incluso de las relaciones socia-

16 Langer, Susanne K., *Philosophy in a new key: A study in the symbolism of reason, rite and art*, Cambridge, MA, Harvard University Press, 1976, p. 3 [trad. esp.: *Nueva clave de la filosofía: un estudio acerca del simbolismo de la razón, del rito y del arte*, Buenos Aires, Sur, 1958].

17 La discusión se basa en Albrow Martin, "The application of the Weberian concept of rationalization to contemporary conditions", en S. Lash y S. Whimster (eds.), *Max Weber: Rationality and modernity*, Londres, Allen and Unwin, 1987, pp. 164-182.

18 Habermas, J., "Self-reflection as science: Freud's psychoanalytic critique of meaning", en S. Seidman, *Jürgen Habermas on society and politics: A reader*, Boston, Beacon Press, 1989, p. 55. La afirmación de Habermas no tiene una aceptación unánime. Por ejemplo, Henri Ellenberger sostiene que Freud fue sólo un eslabón de una larga cadena de tratamientos psicoterapéuticos. Véase Ellenberger, *op. cit.*

les. Si tenemos en cuenta la expresión de Robert Bellah sobre la Reforma protestante, podemos decir que el discurso terapéutico "reformuló el nivel más profundo de símbolos de la identidad",[19] y que fue a través de esos símbolos identitarios que tuvo lugar la reformulación de un nuevo estilo emocional.

Se produce un estilo emocional cuando se formula una nueva imaginación interpersonal, es decir, una nueva manera de pensar la relación del yo con los otros y de imaginar sus posibilidades. De hecho, las relaciones interpersonales –como la nación– se piensan, anhelan, discuten, traicionan, son objeto de lucha y de negociaciones según guiones imaginarios que dan sentido a la proximidad o la distancia sociales.[20] Diría entonces que el principal efecto de Freud en la cultura fue el de reformular la *relación del yo* y su relación con los otros por medio de un nuevo modo de imaginar la posición del yo en relación con el propio pasado. La imaginación interpersonal se formuló en una serie de ideas clave y de motivos culturales que dejarían su impronta en la cultura popular estadounidense.

19 Bellah, Robert, *Beyond belief: Essays on religion in a post-traditional world*, Nueva York, Harper & Row, 1968, p. 67.

20 Anderson, Benedict, *Imagined communities: Reflections on the origin and spread of nationalism*, Londres, Verso, 1991 [trad. esp.: *Comunidades imaginadas. Reflexiones sobre el origen y la difusión del nacionalismo*, México, FCE, 1993].

En primer lugar, en la imaginación psicoanalítica, la familia nuclear es el punto de origen del yo, el lugar en y desde el cual pudo comenzar la historia del yo. Hasta ese momento la familia había sido una forma de situarse "de manera objetiva" en una larga cadena cronológica y en el orden social, pero ahora se convierte en un hecho biográfico que se porta de modo simbólico a lo largo de toda la vida y expresa de forma extraordinaria la propia individualidad. Irónicamente, al mismo tiempo que empezaban a desmoronarse las bases tradicionales del matrimonio, la familia regresaba para acosar con saña al yo, pero esta vez como un "relato" y una forma de construcción del yo. La familia desempeñó un papel crucial en la constitución de las nuevas narrativas de la individualidad, dado que era tanto el origen mismo del yo como aquello de lo que el yo tenía que liberarse.

En segundo término, la nueva imaginación psicoanalítica ubicó con firmeza al yo en el ámbito de la vida cotidiana, un ámbito que Stanley Cavell llamó de lo "sin acontecimientos".[21] Por ejemplo, la *Psicopatología de la vida cotidiana*,[22] que se había publicado en

21 Cavell, Stanley, "The ordinary as the uneventful", en Stephen Mulhall (ed.), *The Cavell reader*, Oxford, Blackwell Publishers, 1996, pp. 253-259.

22 Freud, Sigmund, *Psychopathology of everyday life*, Nueva York, Macmillan, 1948 [trad. esp.: *Psicopatología de la vida cotidiana*, *Obras completas*, Buenos Aires, Amorrortu, 1979, t. VI].

1901 y cuyas ideas se mostraron en las conferencias Clark, sostenía que inauguraba una nueva ciencia sobre la base de hechos muy banales y nada espectaculares, tales como la parapraxis, el lapsus linguae, que, dice Freud, son en realidad el repositorio del sentido altamente significativo en relación con nuestro yo y sus deseos más profundos. La teoría del yo de Freud fue parte esencial de la revolución cultural burguesa que abandonó las definiciones contemplativas o heroicas de la identidad, a la que situó en el ámbito de la vida cotidiana, sobre todo en el lugar de trabajo y en la familia.[23] Sin embargo, la imaginación freudiana iba un paso más allá: daba al yo ordinario un nuevo encanto, pues estaba a la espera de que se lo descubriera. El yo ordinario, terrenal, se hizo misterioso, difícil de alcanzar. Como sugiere Peter Gay en su retrato biográfico y filosófico de Freud,

> lo que todos están habituados a llamar "normal" en la conducta sexual es en realidad el punto final de un largo peregrinaje, a menudo interrumpido, una meta que muchos seres humanos pueden no alcanzar nunca. El impulso sexual en su forma madura –normal– es *un logro*[24] (las cursivas son mías).

23 Taylor, Charles, *Sources of the self: The making of the modern identity*, Cambridge, MA, Harvard University Press, 1989 [trad. esp.: *Fuentes del yo. La construcción de la identidad moderna*, Barcelona, Paidós, 1990].

Lo que hizo del yo terrenal un atractivo objeto de imaginación fue el hecho de que ahora sintetizaba dos imágenes culturales opuestas: la de la normalidad y la de la patología. El extraordinario logro cultural de Freud consistió tanto en ampliar el campo de lo normal al incorporar en él aquello que hasta entonces había sido definido como patológico (por ejemplo, su idea de que el desarrollo sexual empieza con la homosexualidad), como en problematizar la normalidad, haciéndola así un objetivo arduo, para lograr el cual ahora hacía falta la movilización de una larga serie de recursos culturales (la heterosexualidad, por ejemplo, ya no era algo dado sino que pasaba a ser un objetivo a lograr). De esa manera, si, como afirmó Foucault, el discurso psiquiátrico del siglo XIX instituyó un límite rígido entre lo normal y lo patológico,[25] Freud disolvió sistemáticamente ese límite y postuló un nuevo tipo de normalidad con toda una nueva serie de personajes pató-

24 Gay, Peter, *Freud: A life for our time*, Londres, J. M. Dent, 1988, p. 148 [trad. esp.: *Freud: una vida de nuestro tiempo*, Barcelona, Paidós, 1990].

25 Foucault, Michel, *Madness and civilization: A history of insanity in the age of reason*, Toronto, New American Library, 1967.

gicos, un proyecto abierto para el yo, un objetivo indefinido pero poderoso para el yo.

En último término, pero sin duda sin restarle importancia, Freud colocó el sexo, el placer sexual y la sexualidad en el epicentro de esa nueva imaginación. Dada la gran cantidad de recursos culturales que se había movilizado para regular la sexualidad, parece bastante razonable sostener que un proyecto abierto del yo en el cual el sexo y la sexualidad aparecían como las fuertes causas inconscientes de las patologías y que era también la señal de la madurez y el desarrollo completo, no podía sino irritar la imaginación censurada de los contemporáneos de Freud. Lo que permitió que la sexualidad se incorporara con tanta facilidad a la imaginación moderna fue el hecho de que estaba combinada con otro motivo muy moderno, el lenguaje, con lo que se apartaba así de las connotaciones "primitivistas" de la sexualidad del siglo XIX. El lenguaje no sólo estaba saturado de una sexualidad nueva e impensada (como por ejemplo en el tema de la "parapraxis" o el lapsus linguae), sino que la propia sexualidad pasaba ahora a ser un asunto ante todo lingüístico, algo a alcanzar tras una considerable cantidad de clarificación y verbalización conceptual.

Son muchas las razones institucionales y organizacionales del extraordinario éxito de la imaginación psicoanalítica en los Estados Unidos (por ejemplo, la

estructura cada vez más triangular de la familia estadounidense, que John Demos llamó la familia "invernadero", tenía una estrecha afinidad con la teoría triangular freudiana del complejo de Edipo;[26] en las teorías de Freud resonaba la búsqueda de autenticidad que estaba en el epicentro de la incipiente e intensa cultura del consumo;[27] distintos miembros del sistema académico, médico y literario recibieron y difundieron las teorías de Freud;[28] los límites institucionales entre la medicina y la cultura popular eran endebles, lo que convertía a los médicos en difusores de ideas nuevas como el freudismo;[29] por último, tenía lugar un fuerte debate entre la medicina científica y la medicina espiritual, y el paradigma freudiano parecía recon-

26 Demos, John, "Oedipus and America: Historical perspectives on the reception of psychoanalysis in the United States" y "History and the psychosocial: Reflections on 'Oedipus and America'", en J. Pfister y N. Schnog (eds.), *Inventing the psychological: Toward a cultural history of emotional life in America*, New Haven, CT, Yale University Press, 1997, pp. 63-83.

27 Lears, T. J. Jackson, *No place of grace: Antimodernism and the transformation of American culture, 1880-1920*, Chicago, Chicago University Press, 1994.

28 Kurzweil, Edith, *The Freudians: A comparative perspective*, Londres, Transaction, 1998.

29 Hale, N., *Freud and the Americans: The beginnings of psycho-analysis in the United States*, Nueva York, Oxford University Press, 1971; *The rise and crisis of psychoanalysis in the United States: Freud and the Americans, 1917-1985*, Nueva York, Oxford University Press, 1995.

ciliarlas.[30] Desafortunadamente, no puedo explayarme sobre las complejas razones por las que las ideas de Freud fueron compatibles con las instituciones estadounidenses. Sólo diré que, como el psicoanálisis estaba en la extraordinaria posición de puente entre las prácticas especializadas de la psicología, la neurología, la psiquiatría y la medicina, por un lado, y las culturas baja y alta, por el otro, pudo extenderse en todos los centros de la cultura estadounidense, sobre todo en el cine y en la literatura de consejos.

En la década de 1920, la literatura de consejos, al igual que el cine, era una industria cultural emergente, y sería la plataforma más perdurable para la difusión de las ideas psicológicas y para la elaboración de las normas emocionales. La literatura de consejos combina una serie de exigencias: debe ser, por definición, de carácter general, es decir, debe utilizar un lenguaje de tipo legal que le confiera autoridad y le permita hacer afirmaciones que tengan un aire legal; debe abordar distintos problemas a los efectos de ser un producto que se consuma de manera periódica; por otra parte, si quiere llegar a diferentes tipos de lectores, que tengan distintos valores y opiniones, debe ser a-moral, o sea que tiene que ofrecer una perspectiva neutral en lo

30 Caplan, Eric, *Mind games: American culture and the birth of psychotherapy*, Berkeley, University of California Press, 1998.

que respecta a los problemas relacionados con la sexualidad y las relaciones sociales. Por último, debe ser creíble, es decir que proceda de una fuente legítima. El psicoanálisis y la psicología fueron minas de oro para esa industria porque estaban envueltos en el aura de la ciencia, se les podía dar un alto grado de individualización (adaptarlos a todas y cada una de las particularidades individuales), podían abordar un amplio espectro de problemas, permitiendo así una diversificación del producto, y parecían ofrecer la mirada desapasionada de la ciencia sobre temas tabú. Al expandirse el mercado de consumidores, la industria del libro y las revistas femeninas adoptaron con avidez un lenguaje que admitía tanto la teoría como el relato, la generalidad y la particularidad, la imparcialidad y la normatividad. Si bien la literatura de consejos no tiene un efecto directo sobre sus lectores, se subestimó su importancia en lo relativo a proporcionar un vocabulario para el yo y para la negociación de las relaciones sociales. Buena parte del material cultural contemporáneo que recibimos adopta la forma de consejo, admonición y receta, y dado que en muchos lugares sociales el yo moderno se autoconstituye –extrayendo elementos de distintos repertorios culturales para decidir un rumbo–, es probable que la literatura de consejos haya desempeñado un papel importante en la conformación de los vocabularios a través de los cuales el yo se comprende a sí mismo.

La reorganización
de la imaginación empresaria

Los psicólogos se diferenciaron de otros especialistas y profesionales (tales como los abogados o los ingenieros) en que, de manera gradual pero firme, proclamaron su pertinencia en virtualmente todos los campos –desde lo militar hasta la formación de los niños a través del marketing y la sexualidad–[31] y usaron la literatura de consejos para afirmar tal vocación. A medida que transcurría el siglo XX, asumieron de manera progresiva la vocación de guiar a los demás en lo relativo a una serie de problemas, en los campos de la educación, la conducta criminal, el testimonio legal experto, el matrimonio, los programas de rehabilitación carcelaria, la sexualidad, los conflictos políticos y raciales, el comportamiento económico y la moral de los soldados.[32]

En ninguna área esa influencia fue tan palpable como en la empresa estadounidense, donde los psicólogos entrelazaron las emociones con el ámbito de la acción económica en una forma totalmente nueva de concebir la producción.

31 Véase Herman, Ellen, *The romance of American psychology: Political culture in the age of experts*, Berkeley, University of California Press, 1995.

32 *Ibid.*; véase también Cushman, P., *Constructing the self, constructing America: A cultural history of psychotherapy*, Boston, MA, Addison-Wesley, 1995.

El período que se extendió entre las décadas de 1880 y 1920 fue bautizado la edad de oro del capitalismo. Fue el lapso en que "se estableció el sistema fabril, se centralizó el capital, se estandarizó la producción, las organizaciones se burocratizaron y los trabajadores se incorporaron a las grandes empresas".[33] Más conspicuo fue el ascenso de la gran empresa, que dio empleo a miles y a veces hasta a decenas de miles de trabajadores, lo que "llevó a que las empresas se hicieran complejas en términos burocráticos y se integraran en un orden jerárquico".[34] Para la década de 1920, el 86% de los asalariados estaban empleados en el sector manufacturero.[35] Aun más conspicuo fue el hecho de que la empresa estadounidense tenía la mayor proporción de empleados administrativos del mundo (18 empleados administrativos por cada cien trabajadores del sector de producción).[36] La expansión de las empresas se produjo de manera paralela a la consolidación de las teorías de la administración, que apuntaban a sistematizar y racionalizar el proceso productivo. De hecho, el sistema de administración cambió –o más bien multiplicó– los

33 Shenhav, Yehuda, *Manufacturing rationality*, Nueva York, Oxford University Press, 1999, p. 20.

34 Los dueños de las firmas fueron desplazando a los contratistas, que hasta entonces controlaban el proceso productivo, y obtuvieron el control de los trabajadores, de los despidos y las contrataciones.

35 Shenhav, *op. cit.*

36 *Ibid.*, p. 206.

lugares de control, que pasaron de las manos de los capitalistas tradicionales a las de los tecnócratas, quienes usaron la retórica de la ciencia, la racionalidad y el bienestar general para establecer su autoridad. Algunos ven esa transformación como la adquisición de una nueva forma de poder por parte de los ingenieros, que actuaban como una clase de profesionales que imponía una nueva ideología –de administración– que concebía el lugar de trabajo como un "sistema" en el que se erradicaría lo individual y se instaurarían leyes y reglas generales que se aplicarían al trabajador y al proceso de trabajo.[37] A diferencia de los capitalistas, a los que se había calificado con frecuencia de codiciosos y egoístas, en la nueva ideología de la administración el gerente aparecía como alguien racional, responsable y predecible, y como el portador de nuevas reglas de estandarización y racionalización.[38] Los ingenieros tendían a considerar que los hombres eran máquinas y que la empresa era un sistema impersonal a operar.

Esa posición, sin embargo, soslaya un hecho importante: que paralelamente a la retórica de los ingenieros o como consecuencia de la misma surgió otro discurso, impulsado por los psicólogos, que prestaban mucha atención al individuo, a la dimensión irracio-

37 Shenhav, *op. cit.*

38 *Ibid.*, p. 197.

nal de las relaciones de trabajo, así como a las emociones de los trabajadores.[39]

Desde principios del siglo XX los gerentes recurrieron a los psicólogos experimentales para hallar soluciones al problema de la disciplina y la productividad en la empresa.[40] Alrededor de la década de 1920, los psicólogos clínicos, muchos de los cuales se inspiraban en los puntos de vista psicodinámicos freudianos, que habían tenido especial éxito en el ejército en lo relativo a contribuir a reclutar soldados o a tratar traumas de guerra, fueron convocados por la empresa a los efectos de que ayudaran a formular las pautas necesarias para la nueva tarea de la administración.

Debe darse a Elton Mayo un lugar de honor en toda historia de la teoría de la administración, ya que

> debe haber pocas disciplinas o campos de investigación en los que un solo conjunto de estudios o un solo investigador y escritor haya ejercido tanta

39 El propio Frederick Taylor habló sobre la indignación que le producía la ira que manifestaban muchos trabajadores fabriles. Véase Stearns, Peter, *American cool: Constructing a Twentieth-Century emotional style*, Nueva York, New York University Press, 1994, p. 122.

40 Baritz, L., *Servants of power: A history of the use of social science in American industry*, Middletown, CT, Wesleyan University Press, 1979 [trad. esp.: *Los servidores del poder: historia del uso de la ciencia en la industria norteamericana*, Madrid, Europa, 1986].

influencia como la que ejercieron Mayo y los estudios Hawthorne durante un cuarto de siglo.[41]

Ahí donde los psicólogos experimentales que precedieron al movimiento de relaciones humanas proclamaban que cualidades morales tales como la "lealtad" o la "confiabilidad" eran atributos cruciales de la personalidad productiva en una empresa, los famosos experimentos Hawthorne de Mayo –que se llevaron a cabo entre 1924 y 1927– prestaron una atención sin precedentes a las transacciones emocionales *per se*, dado que su principal hallazgo fue que la productividad aumentaba si las relaciones laborales tenían en cuenta los sentimientos de los trabajadores. En lugar del lenguaje moral victoriano del "carácter", Mayo, que se había formado como psicoanalista jungiano, introdujo la imaginación psicoanalítica en el lugar de trabajo.[42] Pocos repararon en el carácter terapéutico de la

41 Carey, Alex, "The Hawthorne studies: A radical criticism", *American Sociological Review* 32, junio de 1967, pp. 403-416.

42 Susman, Warren, *Culture as history: The transformation of American society in the Twentieth Century*, Nueva York, Pantheon Books, 1984. Susman documentó el pasaje de una sociedad orientada al "carácter" a una cultura orientada a la personalidad. Confirma que el énfasis en la "personalidad" tuvo orígenes empresarios y que la intervención de los psicólogos en el campo cultural hizo de la "personalidad" algo con lo que "jugar", "trabajar", algo a manipular.

intervención de Mayo en la empresa. Por ejemplo, el método de entrevista que estableció Mayo tenía *todas* las características (excepto el nombre) de una entrevista terapéutica. Así es como Mayo presenta su método de entrevista a los trabajadores descontentos de General Electric, donde él y su equipo intervinieron:

> Los obreros deseaban hablar, y hablar libremente bajo el sello del secreto profesional (que nunca se violó) a alguien que parecía representar a la compañía o que, por su misma actitud, parecía implicar autoridad. La experiencia misma fue insólita; hay poca gente en este mundo que haya tenido la oportunidad de encontrar a alguien inteligente, atento y ansioso de escuchar sin interrumpir todo lo que él o ella tiene que decir. Pero para llegar a este punto fue necesario preparar a los entrevistadores para que escucharan, para que evitaran las interrupciones o el deseo de dar un consejo, es decir que evitaran en general todo lo que pudiera poner fin a la libre expresión en un caso individual. Con tal fin, se establecieron algunas reglas aproximadas para guiar al entrevistador en su trabajo. A grandes rasgos, éstas eran las siguientes:
> 1. Brinde toda su atención a la persona entrevistada, y ponga en evidencia que lo está haciendo.
> 2. Escuche: no hable.

3. Nunca discuta; nunca aconseje.
4. Escuche:
   a. Lo que la persona quiere decir.
   b. Lo que no quiere decir.
   c. Lo que no puede decir sin ayuda.
5. Mientras escucha, bosqueje a modo de ensayo –y para la subsiguiente corrección– la pauta (personal) que se ofrece ante sus ojos. Para comprobarla, de cuando en cuando resuma lo que se haya dicho y ofrézcalo para el comentario (por ejemplo, "¿Es esto lo que usted me está diciendo?"). Hágalo siempre con la mayor precaución, es decir, esclarezca pero no añada o confunda.
6. Recuerde que todo lo dicho debe considerarse como una confidencia personal y no debe divulgarse a nadie.[43]

En lo personal, no conozco una definición mejor de la entrevista terapéutica, que precisamente apunta a propiciar emociones y un discurso sin censura, así como a crear confianza. Mayo pareció descubrir de manera casual la importancia de las emociones, la familia y los vínculos estrechos, pero en realidad no hizo

43 Mayo, Elton, *The social problems of an industrial civilization*, Londres, Routledge & Kegan Paul, 1949, p. 65 [trad. esp.: *Problemas sociales de una civilización industrial*, Buenos Aires, Nueva Visión, 1977].

más que importar categorías terapéuticas al lugar de trabajo. Un análisis de los casos originales que abordó Mayo resulta instructivo tanto en lo relativo a como su enfoque de abordar los conflictos laborales estaba conformado por métodos psicológicos, como a la manera en que su método propiciaba un discurso emocional y evocaba el espectro de la familia en el lugar de trabajo. Los problemas que analizó en el caso de las trabajadoras eran de naturaleza emocional y reflejaban su historia familiar: por ejemplo,

> Una operaria [...] descubrió durante una entrevista que su antipatía hacia cierto supervisor se basaba en un parecido imaginario con un padrastro odiado. No resultaba extraño que el mismo supervisor hubiera prevenido al entrevistador respecto de que la mujer era "difícil de manejar".[44]

Para dar otro ejemplo, el entrevistador pudo establecer que el desempeño de una mujer se resentía porque su madre la había presionado para que pidiera un ascenso:

> Expuso su situación a un entrevistador y resultó claro que –para ella– un aumento significaría alejarse de sus compañeros y asociados cotidianos. Aunque no

44 *Ibid.*, p. 69.

> sea del todo pertinente, es interesante destacar que, luego de explicar la situación al entrevistador, la obrera pudo hablar del asunto con su madre sin apasionamientos [...] la madre comprendió de inmediato y abandonó la presión en ese sentido, y la muchacha regresó al trabajo efectivo. Este último ejemplo ilustra una de las formas en que la entrevista aclara las líneas de comunicación en el bloqueo emocional, tanto dentro como fuera de la fábrica.[45]

Cabe destacar que las relaciones familiares ingresan de manera natural al lugar de trabajo y que, en el último ejemplo, la expresión "bloqueo emocional" pone los sentimientos y la imaginación psicoanalítica en el centro de las relaciones de trabajo y de la productividad. El lenguaje de la emoción y el de la eficiencia productiva se entrelazaban cada vez más; se configuraban mutuamente.

Elton Mayo revolucionó las teorías de la administración porque al mismo tiempo que reformuló el lenguaje moral de la individualidad en la terminología desapasionada de la ciencia psicológica, sustituyó la retórica de la racionalidad de los ingenieros, que había prevalecido hasta entonces, por un nuevo léxico de "relaciones humanas". Al sugerir que los conflictos no

45 Mayo, Elton, *The social problems...*, *op. cit.*, p. 72.

eran una cuestión de competencia por recursos escasos sino el resultado de emociones mezcladas, factores de personalidad y conflictos psicológicos no resueltos, Mayo estableció una *continuidad discursiva entre la familia y el lugar de trabajo* y llevó la imaginación psicoanalítica al centro mismo del lenguaje de la eficiencia económica. Más aun, ser un buen gerente pasó a significar cada vez más el ejercicio de los atributos de un buen psicólogo. Hacía falta ser capaz de comprender, escuchar y manejar de manera desapasionada la compleja naturaleza emocional de las transacciones sociales en el lugar de trabajo. Por ejemplo, cuando los trabajadores expresaban quejas, Mayo y su equipo recomendaban que un gerente escuchara sus protestas, lo cual, sostenía Mayo, de hecho contribuiría a calmarlos.[46]

Sin embargo, lo que tal vez resulte más interesante es el hecho de que en el experimento que Mayo llevó a cabo en General Electric todos los participantes fueron mujeres, por lo cual, y sin que él se lo propusiera, sus hallazgos tenían un fuerte sesgo de género. Si la masculinidad está inscrita de manera implícita en la mayor parte de nuestras categorías culturales, como sostuvieron muchas feministas, sin duda los resultados de Mayo son un ejemplo de lo contrario, a saber,

46 Stearns, *op. cit.*

de la inscripción de la femineidad en las afirmaciones "universales". Mayo utilizó un método femenino –basado en el discurso y la comunicación de emociones– para analizar los problemas de las mujeres en la empresa estadounidense, es decir, problemas que tenían una naturaleza ante todo emocional e interpersonal. Por ejemplo, Mayo afirmó que una vez que su equipo de investigadores habló con las trabajadoras la productividad aumentó porque, sostenía, éstas se habían sentido importantes y elegidas, habían desarrollado buenas relaciones interpersonales y se habían relacionado entre sí, lo que había contribuido a generar un entorno laboral mucho más agradable. Mayo aplicaba a las mujeres las herramientas conceptuales de la psicología y, sobre la base de los resultados obtenidos, él y el grupo de consultores organizacionales que seguirían sus pasos iniciaron, sin tener plena conciencia de ello, un proceso en el cual las experiencias emocionales y personales de las mujeres quedaron incorporadas a los nuevos lineamientos de la administración de las relaciones humanas en el lugar de trabajo moderno. Mayo hizo así un importante aporte al proceso de redefinición de la masculinidad en el ámbito de trabajo.

Por otra parte, la nueva manera de abordar las emociones *suavizó el carácter del jefe*. De hecho, tal como señala la historiadora social Stephanie Coontz:

> Las cualidades que los hombres [...] necesitaban para trabajar en la industria estadounidense eran casi femeninas: tacto, trabajo en equipo, capacidad de aceptar órdenes. Fue necesario construir nuevas definiciones de la masculinidad que no derivaban directamente del proceso de trabajo.[47]

De la década de 1920 en adelante y a instancias de la nueva teoría de la administración, los gerentes tuvieron que revisar, sin saberlo, las definiciones tradicionales de la masculinidad e incorporar a su personalidad los llamados atributos femeninos, tales como prestar atención a las emociones, controlar la ira y escuchar de buena fe a los demás. Ese nuevo tipo de masculinidad tenía sus contradicciones, dado que se suponía que rechazaba los atributos femeninos pero también que estaba más cerca que nunca antes en las plantas industriales de la atención femenina autoconsciente a las emociones propias y ajenas.

Así, mientras la cultura emocional victoriana había dividido a hombres y mujeres según el eje de las esferas pública y privada, la cultura terapéutica del siglo XX lentamente desgastó y reordenó esos límites al dar a la vida emocional un papel central en el ámbito laboral.

47 Coontz, *op. cit.*

UN NUEVO ESTILO EMOCIONAL

El lenguaje de la psicología tuvo gran éxito en la conformación del discurso de la individualidad empresaria porque pudo dar sentido a la transformación del ámbito de trabajo capitalista y naturalizar nuevas formas de competencia y jerarquías, todas las cuales eran externas a la persuasión psicológica *per se* pero se vieron cada vez más codificadas por ésta. A medida que las empresas se hicieron más grandes y crearon más capas gerenciales entre los empleados y las autoridades administrativas, y a medida que la sociedad estadounidense se fue orientando hacia una economía de servicios –en camino a la llamada sociedad postindustrial–, un discurso científico relacionado ante todo con personas, interacciones y emociones resultó el candidato natural para el establecimiento del lenguaje de la individualidad en el ámbito de trabajo. El discurso psicológico tuvo tanto éxito porque, en el marco del ascenso de las profesiones,[48] los psicólogos ofrecieron un lenguaje –de las personas, las emociones y las motivaciones– que parecía corresponder y dar sentido a las

48 Abbott, Andrew, *The system of professions: An essay on the division of expert labor*, Chicago, University of Chicago Press, 1988; Capshew, James H., *Psychologists on the march: Science, practice and professional identity in America, 1929-1969*, Cambridge, Cambridge University Press, 1999.

transformaciones en gran escala del ámbito laboral estadounidense. Como señala Karl Mannheim en su estudio clásico sobre *Ideología y utopía*: "*un estilo particular de pensamiento [es] una interminable serie de respuestas a ciertas situaciones típicas que caracterizan su posición común*".[49] Como la jerarquía empresaria empezó a exigir una orientación hacia las personas además de a los productos, dado que la empresa exigía coordinación y cooperación, el manejo del yo en el ámbito laboral se fue convirtiendo en un "problema". La recesión y el marcado aumento del índice de desempleo que la acompañó a fines de la década de 1920 hicieron que el trabajo se volviera más incierto.[50] La incertidumbre, a su vez, alentó la dependencia de teorías especializadas. Los psicólogos actuaron como "especialistas en saber" que desarrollaban ideas y métodos para mejorar las relaciones humanas y que, por lo tanto, transformaban la "estructura del saber o la conciencia que conformaba el pensamiento de los legos". Por otra parte, el lenguaje de la psicología se adaptaba particularmente bien a los intereses de geren-

49 Mannheim, Karl, *Ideology and utopia*, Nueva York, Harcourt Brace Jovanovich, 1936, p. 3 (las cursivas son mías) [la cita corresponde a la edición en español: *Ideología y utopía*, México, FCE, 1941, p. 3].

50 Véase Kimmel, Michael, *Manhood in America: A cultural history*, Nueva York, The Free Press, 1996.

tes y empresarios: los psicólogos parecían prometer nada menos que aumentar las ganancias, combatir los conflictos laborales, organizar relaciones no confrontativas entre gerentes y trabajadores, así como neutralizar las luchas de clases mediante su incorporación al lenguaje benigno de la personalidad y las emociones. El lenguaje de la psicología resultaba atractivo a los trabajadores porque era más democrático, dado que ahora la buena dirección dependía de la personalidad y la capacidad de entender a los otros más que del privilegio innato y de la posición social. Después de todo, en el sistema anterior de control sobre los trabajadores, los

> trabajadores tenían que someterse a la autoridad de los jefes en temas tales como contratación, despidos, pago, ascensos y tarea a realizar. La mayor parte de los jefes usaba un "sistema compulsivo", un método que comprendía una supervisión estricta y maltrato verbal.[51]

La mayor parte de los sociólogos consideró esos primeros usos de la psicología en la empresa como una forma nueva y sutil de control, que por lo mismo era más fuerte. No estoy de acuerdo con eso y quiero sugerir que, en lugar de ello, ejerció un atractivo importante sobre los trabajadores porque democratizó las relaciones de poder entre trabajadores y gerentes e instauró la nueva convicción de que la propia personalidad –independientemente del estatus social– era la clave del éxito social y gerencial. Fue así que el discurso de la psicología construyó una nueva forma de sociabilidad y emoción fundada en dos motivos culturales importantes: el de la "igualdad" y el de la "cooperación", dado que las relaciones se establecían entre personas que se consideraban pares y que el objetivo de esas relaciones era cooperar a los efectos de hacer más eficiente el trabajo. Los presupuestos de igualdad y cooperación imponían ahora nuevos límites al desarrollo de las relaciones sociales en la empresa, límites que no pueden equipararse a "falsa conciencia", "vigilancia" o "ideología".

51 Shenhav, *op. cit.*, p. 21.

LA ÉTICA COMUNICATIVA COMO ESPÍRITU DE LA EMPRESA

Los psicólogos crearon nuevos modelos de comportamiento mediante la creación de nuevos objetos de análisis, los cuales, a su vez, pusieron en movimiento una amplia serie de instrumentos, prácticas e insti-

tuciones. Las diferentes teorías que elaboraron los psicólogos populares que escribieron manuales de administración desde la década de 1930 hasta la de 1970 convergían en un modelo cultural imperante, el de la "comunicación". Los sociólogos están tan habituados a asociar "comunicación" con Habermas, que se olvidaron de que la idea y el ideal cultural de la comunicación están en circulación en la literatura sobre administración y en la cultura popular desde hace treinta o cuarenta años. La idea terapéutica de la "comunicación" llegó a designar los atributos emocionales, lingüísticos y hasta personales necesarios para ser un buen gerente y un miembro competente de una empresa. El concepto de "comunicación" –y de lo que me gustaría llamar "competencia comunicativa"– es un excelente ejemplo de lo que Foucault llamó una episteme, un nuevo objeto de conocimiento que, a su vez, genera nuevos instrumentos y prácticas de conocimiento.[52] Pero Foucault no se preguntaba –y, dadas sus premisas teóricas, tal vez no podía hacerlo– por lo que la gente *hace* con determinadas formas de conocimiento, "para qué sirven" en relaciones sociales concretas. Es decir que, a diferencia de los abordajes foucaultianos, que agrupan las prácticas y los sentidos

52 Foucault, Michel, *The archaeology of knowledge*, Nueva York, Pantheon Books, 1982 [trad. esp.: *La arqueología del saber*, México, Siglo XXI, 1972].

psicológicos bajo los rótulos de "disciplina", "vigilancia" y "gobernabilidad", sugiero que operemos un desplazamiento pragmático,[53] que preguntemos qué hace realmente la gente con el conocimiento, cómo produce sentidos que "funcionan" en diferentes contextos y esferas sociales.[54]

El modelo lingüístico de la comunicación es un repertorio y una herramienta cultural que se utiliza como forma de contribuir a coordinar a los actores *entre sí y en su interior*, es decir para coordinar las relaciones entre personas a las que se supone iguales y con

53 "La característica principal de esta 'sociología pragmática' es la adopción (si bien en proporciones muy variables) de algunos presupuestos del pragmatismo estadounidense: el rechazo de la hipóstasis y la reificación de los fenómenos sociales, el pluralismo, el agnosticismo, la idea de una continuidad entre el saber de la vida cotidiana y el sociológico (a diferencia de la 'ruptura epistemológica' de Bachelard). Los sociólogos de esta corriente usan algunas consignas como 'seguir a los actores' u 'observar los fenómenos sociales en acción' como signos unificadores." Lemieux, Cyril, "New developments in French sociology" (manuscrito inédito).

54 Dewey, John, *The quest for certainty: A study of the relation of knowledge and action*, Nueva York, Minton, Balch, 1929 [trad. esp.: *La busca de la certeza: un estudio de la relación entre el conocimiento y la acción*, México, FCE, 1952]; Joas, Hans, *Pragmatism in social theory*, Chicago, Chicago University Press, 1993 [trad. esp.: *El pragmatismo y la teoría de la sociedad*, Madrid, Centro de Investigaciones Sociológicas, 1998]; Rawls, Anne Warfield, "Durkheim and pragmatism: An old twist on a contemporary debate", *Sociological Theory* 15 (1), 1997, pp. 5-29.

los mismos derechos, y para coordinar el complejo aparato cognitivo y emocional necesario para hacerlo. La "comunicación" es entonces una tecnología de automanejo que se basa en gran medida en el lenguaje y en el adecuado manejo de las emociones, pero con el objetivo de generar una coordinación inter e intraemocional.

Según las reglas de la comunicación que propuso la psicología popular, el primer imperativo de un buen gerente es evaluarse "de manera objetiva", lo que significa comprender cómo se ve ante los demás, lo que, a su vez, significa abordar un trabajo de introspección bastante complejo. Muchos manuales sobre liderazgo exitoso recomiendan convertirse en un actor meadiano, evaluar la imagen que se tiene de sí y compararla con la imagen que los otros tienen de uno. Tal como señala un libro de consejos:

> Sin el curso de entrenamiento gerencial [un taller de comunicación], la carrera de Mike bien podría haberse estancado, no debido a que éste careciera de capacidad, sino a que *no entendía que daba a los demás una impresión equivocada sobre sí mismo.*[55]

55 Fontana, D., *Social skills at work*, Leicester, UK, British Psychological Society, Routledge, 1990, p. 23. Las cursivas son de Fontana.

La literatura de consejos para una dirección exitosa condicionaba el éxito a la propia capacidad de verse desde afuera, por decirlo de alguna manera, a fin de controlar el propio efecto en los demás. Sin embargo, esa nueva habilidad en relación con la propia imagen no propiciaba un abordaje frío ni cínico de los otros. Al contrario, la personalidad reflexiva meadiana tiene por objeto desarrollar habilidades de solidaridad y empatía. Por ejemplo, en 1937, Dale Carnegie escribió en *Cómo ganar amigos e influir sobre las personas*, un libro de gran popularidad:

> Si como resultado de la lectura de este libro consigue usted tan sólo una cosa, una mayor tendencia a pensar siempre en términos del punto de vista ajeno, y a ver las cosas desde ese punto de vista tanto como desde el suyo; si tan sólo ese resultado logra de la lectura de este libro, bien puede resultar uno de los jalones culminantes de su carrera.[56]

La empatía –la capacidad de identificarse con el punto de vista y los sentimientos de otro– es al mismo tiempo una habilidad emocional y simbólica, dado que la con-

56 Carnegie, Dale, *How to win friends and influence people*, Nueva York, Simon and Schuster, 1937, p. 218 [la cita corresponde a la edición en español: *Cómo ganar amigos e influir sobre las personas*, Buenos Aires, Cosmos, 1948, pp. 213-214].

dición para la empatía es que hay que descifrar las complejas señales de la conducta de los otros. Ser un buen comunicador significa poder interpretar la conducta de los demás y sus emociones. Ser un buen comunicador exige una coordinación bastante elaborada de habilidades emocionales y cognitivas: la empatía sólo puede lograrse si se domina la compleja red de indicios y señales a través de los cuales los demás ocultan y revelan su personalidad al mismo tiempo. Muchas guías para el éxito en la empresa parecen manuales de semiótica y tienen capítulos titulados "Signos y señales", "Cómo identificar indicios y pistas" o "El significado oculto de las palabras".[57]

El conocimiento de sí implica la capacidad de identificarse con los demás y de escucharlos. Por ejemplo, un sitio web sobre habilidades de comunicación instruye:

> Las habilidades de comunicación exigen un alto nivel de conocimiento de sí. Entender el propio estilo de comunicación contribuirá a ayudarnos a crear impresiones positivas y perdurables en los demás. Si se toma mayor conciencia de cómo nos perciben los otros, es posible adaptarse mejor a los estilos de comunicación de éstos. Eso no significa que haya que transformarse en un camaleón que cambia según la personalidad que tenga delante, sino que se puede lograr que otra persona se sienta más cómoda con nosotros mediante la selección y la acentuación de determinadas conductas que encajan en nuestra personalidad y encuentran resonancia en el otro. Al hacer eso, nos disponemos a convertirnos en oyentes activos.[58]

57 Margerison, Charles J., *Conversation control skills for managers*, Londres, Mercury Books, 1987.

Escuchar, o la capacidad de reflejar las propias intenciones y significados, se considera crucial para la capacidad de prevenir conflictos y crear cadenas de cooperación. Ello se debe a que escuchar al otro permite generar lo que el filósofo Axel Honneth llama "reconocimiento", o "la comprensión positiva [que la gente tiene] de sí". Dado que "la autoimagen [...] depende de la posibilidad de tener un constante respaldo de los otros",[59] el reconocimiento implica así la confirmación y el refuerzo de las afirmaciones y las posiciones del otro, tanto en el plano cognitivo como en el emocional.

58 <http://www.mindtools.com/CommSkll/CommunicationIntro.htm>.

59 Véase Honneth, Axel, "Personal identity and disrespect", en S. Seidman y J. Alexander (eds.), *The new social theory reader: Contemporary debates*, Londres, Routledge, 2001, pp. 39-45, la cita en p. 39.

"La técnica de la escucha activa" tiene varias funciones.[60] En primer lugar, el oyente permite la expresión de emociones. El hablante se siente escuchado y se libera la tensión. Los gestos y la postura corporal del oyente, tales como asentir, le confirman al hablante la sensación de que se lo está escuchando. El oyente refleja los sentimientos del hablante (por ejemplo, "Para usted fue muy importante que…"). Reafirma o parafrasea lo que dice el hablante y corrobora la exactitud de lo que dice. Luego hace preguntas clarificadoras para obtener más información. La función hablante-oyente tiene gran importancia en la resolución de conflictos. Esto se confirma sobre todo en los casos en que las partes deben seguir en contacto, ya se trate de padres que se divorcian o de comunidades étnicas en Bosnia.[61]

La "comunicación" introduce técnicas y mecanismos de "reconocimiento social" al crear normas y técnicas para aceptar, validar y reconocer los sentimientos de los demás. Tal como sugiere la cita anterior, esas técnicas de sociabilidad que introducen el reconocimiento social constituyen una habilidad aplicable a una serie de ámbitos sociales, desde lo interno a lo internacional, a través de las esferas políticas. La comu-

60 Hocker, Joyce y William Wilmot, *Interpersonal conflict*, Dubuque, IA, William C. Brown Publishers, 1991, p. 239.

61 <http://www.colorado.edu/conflict/peace/treatment/commimp.htm>.

nicación es así un repertorio cultural que según se estima propicia la cooperación, previene o resuelve conflictos y respalda el propio sentido de individualidad e identidad. Al mismo tiempo que las interacciones sociales en el lugar de trabajo exigían cada vez más que el yo representara su interioridad auténtica (bajo la forma de emociones y necesidades), la persuasión terapéutica establecía un mecanismo de reconocimiento social por el cual el yo así expuesto podía protegerse. Así, la comunicación es una manera de definir un modo de sociabilidad en el que debe preservarse un sentido del yo siempre precario. La comunicación, entonces, define una nueva forma de competencia social en la cual el autocontrol emocional y lingüístico apunta a establecer patrones de reconocimiento social.

Las cosas, sin embargo, son más complicadas, ya que la "comunicación" es un centauro sociológico evasivo. Se la justifica en el terreno estratégico, dado que se supone que permite alcanzar y afianzar los objetivos propios. Sin embargo, el éxito del objetivo estratégico está condicionado a la instrumentación de una dinámica de reconocimiento. Es esa competencia emocional, lingüística y, en última instancia, social, la que se supone que contribuye a alcanzar el éxito en la empresa. En cierto sentido, fue como si los psicólogos hubieran logrado reconciliar los dos presuntos aspectos incompatibles de la filosofía de Adam

Smith –*La teoría de los sentimientos morales* y *La riqueza de las naciones*–, ya que afirmaban que al desarrollar las habilidades de la empatía y de la escucha, se impulsaban los propios intereses y la competencia profesional. La competencia profesional se definía en términos emocionales, por la capacidad de aceptar y establecer una relación de empatía con los demás. Esa capacidad emocional de establecer relaciones sociales se convirtió en sinónimo de competencia profesional.[62]

Así, el concepto y la práctica de la comunicación, que en un primer momento se presentó como técnica y como definición ideal del yo, se aplica ahora hasta para caracterizar a la empresa ideal. Por ejemplo, el gigante Hewlett Packard se presenta de esta manera: "HP es una empresa donde se respira un espíritu de comunicación, un fuerte espíritu de interrelación, donde las personas se comunican, donde se va hacia el otro. Se trata de una relación afectiva".[63] A los efectos de ilustrar aun más la afirmación de que la comunicación llegó a definir el modelo de personalidad empresaria, se puede recurrir a la siguiente cita:

62 Véase Brunel, Valerie, "Le 'developpement personnel': De la figure du sujet à la figure du pouvoir dans l'organization liberale" (manuscrito inédito).

63 Aubert, Nicole y Vincent de Gaulejac, *Le coût de l'excellence*, París, Seuil, 1991, p. 148 [la cita corresponde a la edición en español: *El coste de la excelencia*, Barcelona/Buenos Aires, Paidós, 1993, p. 116].

> En una reciente encuesta de reclutadores de empresas de más de cincuenta mil empleados, las habilidades de comunicación fueron citadas como el factor decisivo más importante a la hora de seleccionar gerentes. La encuesta, que realizó la Facultad de Administración Katz de la Universidad de Pittsburgh, destaca que las habilidades de comunicación, entre ellas las presentaciones escritas y orales, así como la capacidad de trabajar con otros, son los principales factores que contribuyen al éxito laboral.[64]

Las razones por las que la comunicación pasó a ser tan importante en la definición de la personalidad empresaria competente son muchas. Dada la estructura normativa cambiante que conllevó la democratización de las relaciones sociales, fue necesario establecer reglas de procedimiento que reconciliaran la creciente estructura jerárquica de las organizaciones empresariales con la creciente democratización de las relaciones sociales. Por otra parte, debido a que el desempeño y la competencia profesional se fueron construyendo cada vez más como resultados y reflejos de la personalidad profunda y verdadera, el "reconocimiento" adquirió una importancia capital, ya que en el proceso laboral no sólo se evaluaban e involucraban las habilidades, sino

64 <http://www.mindtools.com/CommSkll/CommunicationIntro.htm>.

las "personas en su totalidad". Por último, la creciente complejidad del medio económico, el ritmo cada vez más acelerado de las nuevas tecnologías y la consiguiente obsolescencia rápida de las habilidades, hizo que los criterios para el éxito se volvieran cambiantes y contradictorios, y tuvieron el efecto de sobrecargar al individuo de incertidumbres, así como de hacerlo el único responsable del manejo de las incertidumbres y las tensiones del ámbito laboral contemporáneo. La comunicación se convirtió así en una capacidad emocional con la que moverse en un medio lleno de incertidumbres e imperativos contradictorios, y con la que es posible colaborar con otros mediante habilidades para introducir coordinación y reconocimiento.[65]

Lejos de estar desprovista de emociones, la esfera económica, por el contrario, quedó saturada de sentimiento, de un tipo de sentimiento comprometido con y guiado por el imperativo de cooperación y un modo de zanjar conflictos sobre la base del "reconocimiento". Como el capitalismo exige y crea redes de interdependencia,[66] y llevó el sentimiento al corazón

65 Bratich, Jack, Jeremy Packer y Cameron McCarthy, *Foucault, cultural studies, and governmentality*, Albany, State University of New York Press, 2003.

66 Véase Elias, Norbert, *The civilizing process*, Oxford, UK, Blackwell Publishing, 2000 [trad. esp.: *El proceso de la civilización*, México/Buenos Aires, FCE, 1933].

mismo de sus transacciones, también desestructuró las mismas identidades de género que en un primer momento había contribuido a establecer. Al exigir que utilicemos nuestras habilidades emocionales y mentales para identificarnos con el punto de vista de los otros, el "ethos comunicativo" orienta la personalidad del gerente hacia el modelo de la personalidad tradicional femenina. Para ser más exactos, el ethos de la comunicación *diluye las divisiones de género* al invitar a hombres y mujeres a controlar sus emociones negativas, ser amistosos, verse a través de la mirada de los otros y establecer relaciones de empatía con los demás. Para dar un ejemplo:

> [...] en las relaciones profesionales, no siempre debe identificarse a los hombres con cualidades masculinas "duras" y a las mujeres con características femeninas "suaves". Los hombres pueden y deben ser tan capaces como las mujeres de sensibilidad y compasión, [...] así como de las artes de la cooperación y la persuasión, mientras que las mujeres deben ser tan capaces como los hombres en lo relativo a firmeza y liderazgo, así como a las artes de la competencia y la dirección.[67]

67 Fontana, *op. cit.*, p. 8.

El capitalismo emocional reorganizó las culturas emocionales e hizo que el individuo económico se volviera emocional y que las emociones se vincularan de manera más estrecha con la acción instrumental.

Por supuesto, no estoy diciendo que los preceptos y las instrucciones de la literatura de consejos hayan conformado sin más la vida empresaria, ni que borraran milagrosamente la realidad descarnada y a menudo brutal del mundo empresario y de la dominación de las mujeres por parte de los hombres. Lo que digo es que los nuevos modelos de emoción que formuló un grupo de psicólogos y consultores en administración y relaciones humanas alteraron de manera sutil pero indudable las formas y los modelos de sociabilidad en el ámbito laboral de la clase media y cambiaron los límites cognitivos y emocionales que regulaban las diferencias de género. De esta manera, cuando se lo mira a través del prisma de las emociones, el ámbito laboral capitalista resulta estar menos vacío de emociones que lo que se consideró convencionalmente.

Permítanme ahora retomar esa afirmación y preguntar si el panorama de la esfera privada también cambia cuando se lo mira a través del prisma de las emociones. Según la versión tradicional, el capitalismo produjo una tajante división entre las esferas pública y privada. La mujer regía la esfera privada, que comprendía y hasta representaba emociones tales como la

compasión, la ternura y la generosidad. Para citar el estudio fundante de Nancy Cott sobre la esfera privada de la clase media, las mujeres quedaban así

> apartadas del ámbito del estímulo pecuniario y la competencia ambiciosa. [...] [Si] el hombre era el bravo guerrero, "rendido por la fatiga" a causa de "los complejos episodios de la vida", las mujeres esparcirían rosas entre las espinas de su camino.[68]

Pero cuando se las ve a través del prisma de las emociones, esas rosas, cultivadas en los jardines privados de la familia, se vuelven muy espinosas.

LAS ROSAS Y LAS ESPINAS DE LA FAMILIA MODERNA

La intervención de los psicólogos en el matrimonio

Parece casi una trivialidad sugerir que el lenguaje terapéutico es el lenguaje privilegiado para analizar la familia. El lenguaje terapéutico no sólo fue desde sus comienzos una narrativa familiar, es decir, una narrativa de la personalidad y la identidad que ancla el yo

68 Cott, Nancy F., *The bonds of womanhood: "Womans sphere" in New England, 1780-1835*, New Haven, CT, Yale University Press, 1977, p. 231.

en la infancia y en las relaciones familiares primarias, sino también un lenguaje dispuesto a transformar la familia (tal vez sobre todo la familia de clase media).

Resulta interesante el hecho de que el siglo XX presenció la emergencia de otra narrativa que, al igual que la narrativa terapéutica, proclamaba que daba un nuevo sentido al papel de la estructura familiar en la conformación del yo, a saber, la narrativa feminista. Tanto en el discurso terapéutico como en el de la segunda ola feminista, la familia proporciona la metáfora básica para la comprensión de las patologías del yo y es también para ambos la instancia primaria para las transformaciones del yo.

En 1946 se aprobó la Ley Nacional de Salud Mental.[69] Hasta ese momento el trabajo de los psicólogos se había limitado al ejército, la empresa y la atención de trastornos mentales graves. Con la ley de 1946, sin embargo, la salud mental de los ciudadanos comunes amplió el campo de jurisdicción de los psicólogos y significó un considerable avance del poder de éstos como grupo profesional. Así como Elton Mayo había querido impulsar la eficiencia y la armonía social en la empresa, los nuevos autoproclamados curadores de la psiquis alegaban que impulsaban una mayor armonía en el seno de la familia. La gente común de clase

69 Cott, *op. cit.*

media que luchaba con el problema habitual de tener una buena vida se incorporó cada vez más a la esfera de acción de los psicólogos. De hecho, tal como lo documentó Helen Herman, la salud mental de la comunidad proporcionó nuevos servicios –psicoterapéuticos– a una clientela más educada y más de clase media.[70] Durante las décadas de 1950 y 1960, la legislación nacional proporcionó a su vez la infraestructura necesaria para una psiquiatría y una psicología orientadas a la comunidad, lo que contribuyó a que la psicología ampliara su influencia a la población de clase media "normalmente" neurótica.[71] En otras palabras, la fuerte reorientación de la clientela y los intereses profesionales de los psicólogos hacia la "gente normal" no sólo extendió el mercado de servicios terapéuticos, sino que también marcó un cambio en la identidad social de los grupos que consumían sus servicios. Para la década de 1960, la psicología se había institucionalizado por completo y se había convertido en un aspecto intrínseco de la cultura popular estadounidense.

La plena institucionalización de la psicología en la cultura estadounidense tuvo una imagen especular en la también plena institucionalización del feminismo en la década de 1970. De hecho, para mediados de esa

70 *Ibid.*
71 *Ibid.*

década existía una amplia red de organizaciones feministas: había "clínicas, cooperativas de crédito, centros de crisis por violaciones, librerías, diarios, editoriales y equipos de atletismo para mujeres".[72] El feminismo se había convertido en una práctica institucionalizada cuya fuerza creció con el establecimiento de departamentos de estudios de mujeres en las universidades, lo que dio lugar a su vez a una amplia serie de otras prácticas institucionales dentro y fuera de la universidad.[73]

Cuando trataron de entender la relación entre psicología y feminismo, la mayor parte de los analistas prestaron atención a su historia de hostilidad recíproca. Sin embargo, resulta casi igualmente fácil hallar puntos de convergencia entre ambos. A medida que transcurría el siglo, el feminismo y la psicología demostraron ser grandes aliados culturales porque las mujeres llegaron a ser las principales consumidoras de consejo terapéutico, lo que hizo que la terapia tuviera cada vez más programas en común con el feminismo, es decir, categorías básicas de pensamiento derivadas directamente de la experiencia de las mujeres. Por otro lado, como el feminismo de la segunda ola se concentró de

72 Schulman, Bruce, *The seventies: The great shift in American culture, society and politics*, Nueva York, Free Press, 2001, p. 171.

73 En 1970 había menos de veinte cursos sobre mujeres en las universidades estadounidenses. Veinte años después, se ofrecían más de treinta mil cursos tan sólo en los estudios de grado. *Ibid.*, p. 172.

manera tan intensa en la familia y en el ámbito de la sexualidad, y dado que ubicó su narrativa de emancipación en esas esferas, tenía afinidades naturales con la narrativa terapéutica. En la medida en que los programas pueden transferirse y transponerse de un ámbito de la experiencia a otro, o de una esfera institucional a otra, el feminismo y la psicología pudieron hacerse mutuos préstamos. Por ejemplo, tanto la psicología como el feminismo exigían el mismo tipo de reflexividad que había sido un atributo de la conciencia femenina. Como sugiere el historiador del arte John Berger, la mujer es "la examinante y la examinada", que son "dos elementos constituyentes, pero siempre distintos, de su identidad como mujer".[74] Tanto el feminismo como la terapia exigían que las mujeres fueran las que analizaban y las analizadas. Por otra parte, el discurso terapéutico, al igual que el feminismo, alentaba constantemente a las mujeres a sintetizar dos grupos contradictorios de valores, a saber, la educación y la protección por un lado, y la autonomía y la seguridad por otro. La independencia y la educación eran los dos temas centrales del feminismo y de la terapia, y cuando se los sintetizara de manera adecuada conformarían la salud mental y la emancipación política.

74 Berger, John, *Ways of seeing*, Londres, British Broadcasting Corporation, 1972, pp. 46-47 [la cita corresponde a la edición en español: *Modos de ver*, Barcelona, Gustavo Gili, 1974, p. 54].

Por último, lo que tal vez tenga más importancia, tanto el feminismo como la terapia compartían la idea y la práctica de convertir la experiencia privada en discurso público, tanto en el sentido de que era un discurso con y para un público, como en el de que se trataba de un discurso a presentarse en la discusión de normas y valores que tenían un carácter más general que particular. Un obvio ejemplo de ese proceso de conversión del discurso privado en discurso público es el grupo de concientización que tuvo tanta importancia para las bases del feminismo de la segunda ola.

Abundan los ejemplos de cuán integrada está la narrativa terapéutica en el movimiento feminista: la activista feminista y editora de *Ms. Magazine* Gloria Steinem sostuvo en su autobiografía, *Revolución desde adentro*, de 1992, que las barreras psicológicas afectan por igual a las mujeres de las clases alta y baja y que la baja autoestima es el principal problema que aqueja a las mujeres.[75] Para tomar un ejemplo muy reciente y

75 "Cuanto más hablaba con hombres, así como con mujeres, más me parecía que los sentimientos interiores de falta de plenitud, vacío, dudas sobre sí mismo y odio por la propia personalidad eran los mismos en unos y otras, sin importar quién los experimentara o, incluso, el hecho de que fueran expresados de modos culturalmente opuestos." En Steinem, Gloria, *Revolution from within: A book of self-esteem*, Boston, MA, Little, Brown & Company, 1992, p. 5 [la cita corresponde a la edición en español: *Revolución desde adentro*, Buenos Aires, Atlántida, 1993, p. 13].

publicitado, en su autobiografía, la activista feminista y pacifista Jane Fonda utiliza tanto la jerga terapéutica como la feminista para liberarse de los efectos debilitadores de su padre distante –Henry Fonda, que no la abrazaba lo suficiente– y de sus consecuentes elecciones desafortunadas de tres esposos indiferentes. Encontrar su propia voz pasa a ser un acto emocional y político.[76]

La influencia mutua de terapia y feminismo fue más visible en la elaboración de un modelo cultural de intimidad sexual y emocional, que se dio en el contexto de la emergencia del campo de la terapia sexual, relacionado a su vez con los tan publicitados informes Kinsey, y del estudio de la sexualidad por parte de Masters y Johnson.[77] El concepto de intimidad combinaba atributos tanto del discurso psicológico como del feminismo, dado que la sexualidad liberada se convirtió en sinónimo de salud emocional y emancipación política. El nuevo modelo cultural de intimidad se hacía visible, por ejemplo, en una nueva fórmula cinematográfica que se concentraba en las relaciones en desintegración, al final de las cuales las mujeres solían descubrir su "libertad" y su sexualidad. (Woody Allen perfeccionó

76 Fonda, Jane, *My life so far*, Nueva York, Random House, 2005.

77 Véase D'Emilio, John y Estelle B. Freedman, *Intimate matters: A history of sexuality in America*, Nueva York, Harper and Row, 1988.

ese género con películas como "Annie Hall", "Otra mujer", "Manhattan", "Alice", etcétera).[78]

A los efectos de aclarar en qué consistió el nuevo modelo de intimidad, permítanme tomar el ejemplo de *El vínculo del placer*, de Masters y Johnson, que se publicó en 1974 y reciclaba los descubrimientos de los autores sobre la sexualidad de hombres y mujeres dándoles mayor difusión.[79]

Para Masters y Johnson, el primer paso hacia la intimidad es tomar conciencia de los propios sentimientos y pensamientos:

> Una vez que se toma conciencia de los propios pensamientos y sentimientos, hay que dárselos a conocer a la pareja. Si se siente temor, hay que decirlo. Tal vez puedan descubrir juntos a qué se teme y por qué, y tal vez nuestra pareja pueda ayudarnos a encontrar formas de superar los temores de manera gradual. A medida que se avanza, se actuará de acuerdo con los propios sentimientos, no a pesar de ellos.[80]

78 Véase Shumway, R., *Modern love: Romance, intimacy, and the marriage crisis*, Nueva York, New York University Press, 2003.

79 Masters, William H. y Virginia E. Johnson, en colaboración con Robert J. Levin, *The pleasure bond: A new look at sexuality and commitment*, Boston, MA, Little, Brown & Company, 1974 [trad. esp.: *El vínculo del placer: un nuevo enfoque del compromiso sexual*, Barcelona, Grijalbo, 1977].

80 *Ibid.*, pp. 24-25.

Había una diferencia importante entre el concepto moderno del "yo verdadero" y el del siglo XIX, tal como lo ejemplifica el concepto de intimidad de Masters y Johnson. Para los victorianos, descubrir y expresar el yo verdadero no suponía un problema especial, ya que éste estaba siempre presente y sólo había que confiarlo a una persona digna de las propias revelaciones.[81] Sin embargo, en la nueva imaginación psicológica, el yo verdadero se volvió opaco a su propio portador y ahora planteaba problemas especiales. Exigía que se superara una serie de emociones –miedo, vergüenza o culpa– que por lo general la persona desconocía y que requería una nueva habilidad en el uso del lenguaje. Pero el motivo principal para expresar y "desenterrar" esas emociones era que las relaciones íntimas debían ser ante todo igualitarias. Lo que hizo de la experiencia de la intimidad una cuestión tanto psicológica como política fue el hecho de que estipulaba que los miembros de la pareja tenían que relacionarse de modo igualitario. La idea de la igualdad en la intimidad se hacía evidente de dos maneras. Una era que ahora se instaba a los hombres a prestar más atención a sus sentimientos y a su interioridad, lo que los hacía similares a las

81 Rothman, Ellen, *Hands and hearts: A history of courtship in America*, Nueva York, Basic Books, 1984; Lystra, Karen, *Searching the heart: Women, men and romantic love in Nineteenth-Century America*, Nueva York, Oxford University Press, 1989.

mujeres. Por ejemplo, en *Liberated Man*, que se publicó en 1974, Warren Farrell condenaba los efectos perniciosos de un sistema basado en los valores masculinos tradicionales. Farrell utilizaba un minucioso lenguaje terapéutico y sostenía que a los hombres se les había prohibido llorar o manifestar sus emociones, mostrar "vulnerabilidad, empatía o duda".[82] Farrell exigía que los hombres cultivaran la introspección, que estuvieran en contacto con su yo verdadero y que expresaran todos los aspectos de su personalidad.

Otra forma en que las nuevas pautas de igualdad influían en las definiciones de intimidad iba a hallarse en las nuevas definiciones de la sexualidad femenina. Si bien ni Masters ni Johnson se proclamaban feministas, abordaban la sexualidad en el lenguaje de la liberación y la igualdad que constituía el sello del movimiento feminista. Por ejemplo:

> Lo que muchos hombres y mujeres tienen que aprender es que no pueden lograr el placer que ambos quieren hasta que tomen conciencia de que el sexo más efectivo no es algo que un hombre hace a o para una mujer, sino algo que un hombre y una mujer hacen juntos *como iguales*.[83]

82 Citado en Schulman, *op. cit.*, p. 181.
83 *Ibid.*, p. 84.

El placer sexual se basaba entonces en el logro de relaciones entre pares, lo que sugiere que la intimidad terapéutica movilizaba el lenguaje de los derechos e igualaba el buen sexo con la afirmación de los derechos de cada uno de los integrantes de la pareja. En última instancia, ese ideal de placer sexual diluía las diferencias de género.

> [Virginia Johnson]: Sé que es habitual destacar las diferencias entre hombres y mujeres, pero debo decirle que desde que empezamos a trabajar lo que más nos impresionó fueron las semejanzas entre ambos sexos, no las diferencias.[84]

Por medio del ideal de intimidad, las mujeres proclamaban cada vez más no sólo la igualdad, sino también la semejanza con los hombres.

El modelo cultural de la intimidad contiene símbolos y motivos importantes de las dos grandes corrientes culturales que conformaron la personalidad de las mujeres en el siglo XX, la psicología y el feminismo liberal: igualdad, imparcialidad, neutralidad, comunicación emocional, sexualidad, superación y expresión de las emociones ocultas, centralidad de la autoexpresión lingüística; todo ello está en la base del

84 Masters y Johnson en colaboración con Levin, *op. cit.*, p. 36.

ideal moderno de intimidad. Si en la empresa el lenguaje de la terapia produjo un realineamiento de la masculinidad en torno de las concepciones femeninas del yo, en la familia alentó a las mujeres a proclamar su condición de sujetos autocontrolados y autónomos (como la de los hombres). Si en la empresa los psicólogos hicieron de la productividad un asunto emocional, en el ámbito de la intimidad sostuvieron que el placer y la sexualidad se basaban en la instrumentación de una conducta justa y en la afirmación y la preservación de los derechos fundamentales de las mujeres. Para decirlo con más exactitud, por medio de la idea de "salud emocional" o "relaciones saludables", los psicólogos apuntaron a sacar las relaciones íntimas de la larga sombra del poder y la asimetría. De esa manera, la intimidad –o las relaciones saludables en general– se vio acosada por los problemas del "intercambio equitativo" y de reconciliar la emotividad espontánea con las afirmaciones instrumentales del yo.

Hasta ahora el análisis parece ser congruente con el de Giddens y otros, que discernían en la intimidad el movimiento hacia la igualdad y la emancipación.[85] Sin

85 Giddens, Anthony, *The transformation of intimacy: Sexuality, love and eroticism in modern societies*, Cambridge, Polity Press, 1992 [trad. esp.: *La transformación de la intimidad*, Madrid, Cátedra, 1998].

embargo, en muchos sentidos el análisis de Giddens sólo halla eco en el credo psicológico que celebra la igualdad en las relaciones íntimas y no logra preguntarse por la propia transformación de la intimidad que se propone describir. La tradición weberiana a la que suscribo en términos generales nos indica que no debemos tomar el logro de la libertad o la igualdad como criterio para la evaluación de las transformaciones sociales. En lugar de ello, tenemos que preguntar por las formas en las que las nuevas normas de la igualdad o la libertad transformaron la "textura emocional" de las relaciones íntimas. En realidad, ahora sostengo que el entrelazamiento de terapia y feminismo produjo un vasto proceso de racionalización de las relaciones íntimas. Como el feminismo y la psicoterapia conformaron gran cantidad de estrategias emocionales, físicas y psicológicas de transformación del yo, su recodificación de la psiquis implicó una "racionalización" de la conducta de las mujeres en la esfera privada.

Voy a explicar a qué me refiero lo más brevemente posible, con dos ejemplos muy característicos de la literatura de consejos sobre la intimidad a partir de la década de 1980. En un artículo que publicó la revista *Redbook* sobre un libro del doctor Bessell (un psicólogo), el autor presenta un cuestionario que el mencionado doctor Bessell creó a los efectos

de evaluar cuán compatibles son las personas y cuán romántico es su matrimonio. El Cuestionario de Atracción Romántica (Romantic Attraction Questionnaire, RAQ), que usa para diagnosticar cuánto se entiende la pareja, se compone de sesenta puntos. [...] El puntaje ideal del RAQ es de entre 220 y 300 puntos, lo que indica un nivel de atracción romántica lo suficientemente alto como para que la relación se sostenga.[86]

El segundo ejemplo reza así:

¿Pero cómo puede Sheila satisfacer los deseos de Frankie si él no le dice cuáles son? Usted y su pareja también deben poder decirse mutuamente cómo quieren ser amados. El siguiente ejercicio les servirá de ayuda.

1. Complete cada una de las siguientes frases en una hoja de papel de tantas formas diferentes como pueda. Sus respuestas deben ser específicas, concretas y positivas.

- Enumere las cosas que su pareja hace y por las que usted se siente querido/a y amado/a. "Me siento querido/a y amado/a cuando tú..."

86 Crain, Mary Beth, "The marriage check up", *Redbook*, s/f, p. 88.

- Recuerde el momento en que usted y su pareja empezaron a salir. ¿Qué "dijo o hizo su pareja que ahora no diga o haga?" "Me siento querido/a y amado/a cuando tú..."
- Ahora piense en todas aquellas cosas que usted siempre quiso que su pareja hiciera pero que le dio miedo pedir. "Me sentiría querido/a y amado/a si tú..."

2. Analice sus respuestas y ordénelas numéricamente según la importancia que tengan para usted.
3. Léale las respuestas a su pareja. Ponga una x junto a aquellas que su pareja sienta que no puede darle en este momento.
4. Escuche mientras su pareja le lee la lista a usted e indique qué necesidades de él/ella usted no puede cubrir en este momento.
5. Intercambien listas. Elija tres deseos de la lista de su pareja que usted pueda acordar satisfacer en los tres próximos días.

Lleve una lista de los pedidos de su pareja y acuerde satisfacer tres nuevos deseos por semana. Trabaje con el objeto de poder brindarle a su pareja algunos de los deseos que en un primer momento se mostró renuente a satisfacer. Cuanto más difícil sea el pedido, mejor se sentirá cuando lo cumpla. Muchas parejas señalan que aquellos deseos que con-

sideraban más difíciles de satisfacer terminan por ser las cosas que más les gusta hacer por el otro.[87]

Para tomarse estos ejercicios en serio no hace falta asumir que todos los lectores de la literatura de autoayuda los adoptan. Si tienen relevancia es porque apuntan a una importante transformación cultural de la conducta del yo en las relaciones íntimas. En realidad, apuntan al proceso de racionalización de las relaciones íntimas, que, sostengo, es producto del surgimiento de normas igualitarias en el matrimonio (de las cuales el feminismo es el principal impulsor) y del papel que desempeñaron el método y el léxico de la psicología en la concepción de la intimidad.

La racionalización comprende cinco elementos:[88] hacer un uso calculado de los medios, utilizar medios más efectivos, elegir sobre una base racional (es decir, sobre la base del conocimiento y la educación), lograr que principios de valor generales constituyan la guía

87 Hendrix, Harville, "Work at your marriage: A workbook", *Redbook*, octubre de 1985, p. 130.

88 Es importante destacar, sin embargo, que a pesar del aura de fatalidad del análisis de Weber, la racionalización no es un proceso unívoco, sino que está repleto de tensiones y contradicciones. Es un punto que con toda razón señala Johannes Weiss en "On the irreversibility of Western rationalization and Max Weber's alleged fatalism", en Lash y Whimster, *op. cit.*, pp. 154-163.

para la vida, y, por último, unificar los cuatro elementos anteriores en una forma de vida metódica y racional. Pero la racionalización tiene otro sentido importante: es el proceso de expansión de los sistemas formales de conocimiento, que a su vez llevan a una "intelectualización" de la vida cotidiana.

Lo que resulta sorprendente de los ejercicios citados es que exigen e implican una *racionalización de valor* de la personalidad. *Wertrationalität* es el proceso de clarificación de los propios valores y creencias, así como el proceso de hacer que nuestros fines coincidan con valores preestablecidos. ¿Qué quiero? ¿Qué preferencias y qué personalidad tengo? ¿Soy audaz o necesito seguridad? ¿Necesito a alguien que me mantenga o a alguien con quien pueda hablar de los temas políticos del momento? Si esas preguntas abundan en la literatura de consejos, se debe a que tanto el feminismo como la terapia instaban a las mujeres a clarificar sus valores y sus preferencias, a construir relaciones que coincidieran con esos valores, todo ello con el objetivo de afirmar un yo autónomo y seguro de sí. Ese proceso sólo puede tener lugar cuando las mujeres se toman a sí mismas como objeto de análisis, controlan sus emociones, evalúan opciones y eligen el rumbo que prefieren.

Por otra parte, Weber consideraba que la racionalización se caracterizaba por un marcado refinamiento

de las técnicas de cálculo. De hecho, como sugieren los ejemplos anteriores, la vida íntima y las emociones se convierten en objetos mensurables y calculables, que pueden plasmarse en afirmaciones cuantitativas. Es probable que saber que se obtuvo un diez en la afirmación "Me pongo nerviosa cuando pareces interesarte por otras mujeres" derive en una estrategia de corrección y en una autocomprensión diferente que si se hubiera obtenido un "dos". Los tests psicológicos de este tipo utilizan una cognición cultural específicamente moderna que los sociólogos Wendy Espeland y Mitchell Stevens llamaron "conmensuración". Según su definición,

> La conmensuración supone la utilización de números para crear relaciones entre cosas. La conmensuración transforma distinciones cualitativas en distinciones cuantitativas en las que la diferencia se expresa precisamente como una magnitud según cierta métrica común.[89]

Bajo la égida de la psicología y del feminismo, las relaciones íntimas se convirtieron cada vez más en cosas evaluables y cuantificables de acuerdo con cierta

89 Espeland, Wendy N., "Commensuration and cognition", en Karen Cerulo (ed.), *Culture in mind*, Nueva York, Routledge, 2001, p. 64.

métrica (que, por otra parte, varía según el amplio espectro de psicólogos y escuelas psicológicas).

Por último, lo que resulta notable en los dos ejemplos es el entrelazamiento de textualidad y experiencia emocional. Para citar al académico medievalista Brian Stock, puede decirse que la textualidad se convirtió en un importante aditamento de la experiencia emocional.[90] "Tomar nota" de una emoción la "clausura" en el espacio, en el sentido de que crea una distancia entre la experiencia de la emoción y la conciencia que la persona tiene de ella. Si la escritura es la inscripción del lenguaje hablado en un medio que nos permite "ver" el lenguaje (en lugar de oírlo) y descontextualizarlo del acto de hablar, de la misma forma estos ejercicios invitan a las mujeres a reflexionar sobre las emociones y a analizarlas una vez que están desconectadas de su contexto original de ocurrencia. El acto reflexivo de dar nombres a las emociones a los efectos de manejarlas les da una ontología, es decir que parece fijarlas en la realidad y en el yo profundo de su portador, lo que podríamos decir que atenta contra la naturaleza volátil, efímera y contextual de las emociones.

90 "Intento ilustrar el punto en el que los textos, considerados como aditamentos del discurso, interpenetran la acción humana." Stock, Brian, *Listening for the text: On the uses of the past*, Baltimore y Londres, Johns Hopkins University Press, 1990, pp. 104-105.

De hecho, la escritura descontextualiza el discurso y el pensamiento, y separa las reglas que producen el discurso del propio acto de hablar.[91] (El ejemplo paradigmático obvio de esa separación de discurso y habla es la gramática.) Cuando se las clausura en la escritura, las emociones se convierten en objetos a ser observados y manipulados. La escritura emocional hace que nos alejemos del flujo y del carácter irreflexivo de la experiencia y que transformemos la experiencia emocional en palabras de emoción y en una serie de elementos observables y manipulables. Al escribir sobre el efecto de la impresión en el pensamiento occidental, Walter Ong sugiere que la ideología de la escritura hizo surgir la idea del "texto puro", es decir, la idea de que los textos tienen una ontología, que sus sentidos pueden separarse del de sus autores y de sus contextos. De manera similar, la clausura de las emociones en el lenguaje escrito da lugar a la idea de la "emoción pura", la idea de que las emociones son elementos discretos definidos y de que de alguna manera están clausurados y atrapados en el interior del yo, así como de que puede inscribírselas en textos y aprehendérselas como elementos fijos a ser separados del yo, observados, manipulados y controlados.

91 Goody, J. e I. Watt, "The consequences of literacy", en Jack Goody (ed.), *Literacy in traditional societies*, Cambridge, Cambridge University Press, 1968, pp. 27-68.

El control de las emociones, la clarificación de los propios valores y objetivos, el uso de una técnica de cálculo y la descontextualización y objetivación de las emociones implica *una intelectualización* de los vínculos íntimos en aras de un proyecto moral más amplio: crear igualdad y un intercambio justo por medio de una implacable comunicación verbal sobre las propias necesidades, emociones y objetivos. Al igual que en la empresa, la comunicación es aquí un modelo de y un modelo para, que describe las relaciones y las prescribe al mismo tiempo. La incompatibilidad sexual, la irritación, las peleas por el dinero, la distribución desigual de las tareas domésticas, la incompatibilidad de personalidades, las emociones secretas, los acontecimientos de la infancia, todo eso debe entenderse, verbalizarse, discutirse, comunicarse y, por lo tanto, según el modelo de la comunicación, resolverse. Como se señala en un artículo de *Redbook*: "La comunicación es el elemento vital de toda relación, y toda relación amorosa necesita comunicación para florecer".[92]

Los talleres o manuales sobre comunicación ofrecen numerosos "ejercicios" que apuntan a hacer explícitas las expectativas y las presunciones ocultas de las

92 Branden, Nathaniel, "If you could hear what I cannot say: The husband/wife communication workshop", *Redbook*, abril de 1985, p. 94.

personas casadas, a tomar conciencia de sus patrones de discurso, a entender cómo éstos, a su vez, provocan malentendidos y distanciamientos, a enseñar el arte y la ciencia de escuchar y, lo que tal vez tenga más importancia, a usar esos modelos de discurso que son neutros (a los efectos de compensar las emociones negativas). Resulta claro que esas técnicas para mejorar la comunicación conyugal apuntan a hacer que el lenguaje que se intercambia sea neutro, tanto en el plano emocional como en el lingüístico.

A la luz de las diferencias insoslayables de biografías y personalidades, la corriente terapéutica sugiere que en el seno del matrimonio puede alcanzarse un terreno neutral de sentido objetivo. Ese terreno neutral es tanto emocional como lingüístico. Por ejemplo:

> Esta técnica [que el autor llama Vesubio] contribuye a detectar cuando la propia furia se acerca a una magnitud volcánica y a ritualizarla de modo tal de concentrarse en su expulsión del sistema. El papel de la pareja es sólo el de presenciar con respeto la expresión de la propia irritación como si fuera un fenómeno natural arrollador del que él o ella no participa. [...] Si se quiere desahogarse, hay que decir algo del tipo de "Estoy a punto de estallar. ¿Puedes escucharme dos minutos?". Cualquier cantidad de tiempo que el otro acepte estará bien, pero dos minutos pueden parecer una extensión de tiempo excesiva tanto para el emisor como para el receptor. Si el otro o la otra acepta, todo lo que tiene que hacer es escuchar con temor, como si estuviera observando una erupción volcánica, y hacer saber cuando se agotó el tiempo.[93]

Esta técnica indica que hay que contener las emociones negativas y convertirlas en objetos externos al yo, algo a observar desde afuera, por así decirlo. Esa exigencia de manejar los sentimientos por medio de procedimientos neutrales de expresión y discurso es la esencia de la comunicación y del espíritu terapéutico, y queda ilustrado en el siguiente ejemplo.

Una técnica llamada "Técnica del Sentido Compartido [una técnica que mejora las relaciones íntimas] nos permite compartir el sentido de lo que escuchamos y corroborar si lo que escuchamos es lo que nuestra pareja quiso decir. A menudo no lo es".[94] Si a partir del postestructuralismo se nos dijo que los sentidos son involuntarios, indecibles y que están cargados de inflexiones emocionales, las técnicas terapéuticas

93 Gordon, Lori H. y Jon Frandsen, *Passage to intimacy: Key concepts and skills from the pairs program which has helped thousands of couples rekindle their love*, Nueva York, Simon & Schuster, 1993, p. 114.
94 *Ibid.*, p. 91.

de comunicación, en cambio, sostienen que la ambigüedad es la enemiga acérrima de la intimidad y exigen que eliminemos del lenguaje cotidiano toda declaración poco clara y ambivalente, así como las posibles inflexiones emocionales negativas, y que reduzcamos la comunicación sólo a su sentido denotado. Eso, a su vez, sugiere una observación en cierto sentido paradójica: la corriente terapéutica ofrece una serie de técnicas para tomar conciencia de las propias emociones y necesidades, pero también convierte las emociones en objetos externos al sujeto que deben ser observados y controlados. Así, el lenguaje en el que se intercambian las emociones es al mismo tiempo neutral y muy subjetivo. Es neutral porque se supone que hay que prestar atención al contenido objetivo y denotativo de una frase y tratar de neutralizar las emociones y las interpretaciones erradas subjetivas que pueden surgir en el proceso, y es subjetivo porque la justificación para hacer un pedido o experimentar una necesidad o una emoción en última instancia se basan siempre en las propias necesidades y en los sentimientos subjetivos. A los efectos de que esos sentimientos sean "validados" y reconocidos, no necesitan más justificación que el hecho de que el sujeto los siente. "Reconocer" a otro significa precisamente no cuestionar ni debatir los fundamentos de los propios sentimientos.

Para resumir, pienso que el caos sólo actúa de manera superficial como principio organizador de la intimidad.[95] Dado que el feminismo y la terapia son dos importantes formaciones culturales que apuntaron a la emancipación de las mujeres de clase media del yugo de la organización familiar tradicional, contribuyeron a racionalizar las relaciones íntimas, es decir, a someterlas a métodos neutrales de examen y discusión sobre la base de un intenso trabajo de autoanálisis y negociación. Esa racionalización de los vínculos emocionales dio lugar a una "ontología emocional", o la idea de que las emociones pueden separarse del sujeto para su control y clarificación. Esa ontología emocional hizo que las relaciones íntimas se volvieran conmensurables, susceptibles de despersonalización, que fuera posible vaciarlas de su particularidad y analizarlas según criterios de evaluación abstractos. Eso, a su vez, sugiere que las relaciones fueron transformadas en objetos cognitivos que pueden compararse entre sí y ser susceptibles de un análisis de costo-beneficio. "Cuando usamos la conmensuración para tomar decisiones, el valor se basa en los intercambios que hacemos entre diferentes elementos de

95 Beck, U. y E. Beck-Gernsheim, *The normal chaos of love*, Cambridge, Polity Press, 1995 [trad. esp.: *El normal caos del amor: las nuevas formas de la relación amorosa*, Barcelona/Buenos Aires/México, Paidós, 2001].

la decisión."[96] De hecho, el proceso de conmensuración hace que las relaciones íntimas puedan volverse más fungibles, que puedan convertirse en objetos a trocar e intercambiar.

CONCLUSIÓN

Pienso que hay una serie de conclusiones a extraer de este marco general y superficial. La primera observación es que las corrientes culturales de la terapia, la productividad económica y el feminismo se entrelazaron y brindaron los fundamentos, los métodos y el impulso moral para extraer las emociones del ámbito de la vida interior y colocarlas en el centro de la personalidad y de la sociabilidad bajo la forma de un modelo cultural que alcanzó una gran extensión, el modelo de la comunicación. Bajo la égida del modelo psicológico de la "comunicación", las emociones se convirtieron en objetos a ser pensados, expresados, discutidos, debatidos, negociados y justificados, tanto en la empresa como en la familia. Si bien hay quienes sostienen que la televisión y la radio fueron las responsables de la sentimentalización de la esfera pública,

96 Espeland, Wendy N., *op. cit.*, p. 65.

sugiero que fue la terapia –junto con el lenguaje de la responsabilidad económica y el feminismo– la que convirtió a las emociones en microesferas públicas, es decir, en ámbitos de acción sometidos a la mirada pública, regulados por procedimientos discursivos y por los valores de igualdad y justicia.

La segunda observación es que en el transcurso del siglo XX tuvo lugar una creciente androginización emocional de hombres y mujeres debido a que el capitalismo recurrió a y movilizó los recursos emocionales de los trabajadores del sector de servicios, y a que con el ingreso de las mujeres a la fuerza de trabajo el feminismo las instó a ser autónomas, seguras de sí y conscientes de sus derechos en la esfera privada. Así, si la esfera de la producción lleva el sentimiento al centro de los modelos de sociabilidad, las relaciones íntimas dan un lugar crecientemente central al modelo económico y político de negociación e intercambio.

Una interpretación posible de todo lo que dije hasta ahora es que, gracias a los efectos combinados de la estructura emancipatoria del saber psicológico, del feminismo y de la democratización del ámbito laboral, la vida emocional ingresó al terreno de una dinámica de "reconocimiento", una dinámica que, como sugiere Axel Honneth, siempre está situada en términos históricos, es decir, conformada por el estado de los derechos y el lenguaje para los mismos. En otras

palabras, se puede decir que el modelo de comunicación que ingresó al trabajo y a las relaciones matrimoniales contiene y realiza la nueva exigencia de reconocer a los otros y de ser reconocido por éstos.[97] Si, como señala Habermas, "la acción comunicativa [...] depende del uso del lenguaje orientado a la mutua comprensión",[98] resulta fácil ver por qué la contención de las emociones negativas, la empatía y la propia seguridad pueden considerarse condiciones emocionales para el reconocimiento.

Sin embargo, no estoy tan segura de que ése sea el caso, y quiero compartir con ustedes mis dudas.

El modelo de la "comunicación" que ingresa a la esfera laboral y a la esfera de las relaciones íntimas está cargado de ambivalencia, dado que, si contiene un método para entrar en diálogo con los otros, también tiene un lenguaje de derechos y un lenguaje de productividad económica que no son fácilmente compatibles con el ámbito de las relaciones emocionales interpersonales. Permítanme explicarlo. Las emociones son por naturaleza situacionales e indexales. Apuntan a las formas en que el yo se ubica en una interacción específica, y en ese sentido son una suerte de señal

97 Honneth, Axel, "Personal identity and disrespect", *op. cit.*

98 Habermas, Jürgen, "Contributions to a discourse theory of law and democracy", en S. Seidman y J. Alexander (eds.), *op. cit.*, pp. 30-38.

para que el yo entienda cómo y dónde está ubicado en una situación dada. Las emociones orientan la acción a través del uso de un saber cultural concreto y tácito de un objeto particular y nos hacen tomar atajos para evaluar ese objeto y actuar en relación con el mismo (me explayaré sobre este tema en la conferencia 3). La racionalidad instrumental, cognitiva y de valor, y el proceso de "conmensuración", en cambio, necesarios para realizar con fluidez el modelo de la comunicación, forman un estilo cognitivo que vacía las relaciones de su particularidad y las transforma en objetos que, como son evaluados por medio de pautas de justicia, igualdad, y necesitan una satisfacción, tienen más probabilidades de convertirse en mercancías intercambiadas.[99]

El proceso que describí creó una nueva y profunda división entre una vida subjetiva intensa, por un lado, y, por otro lado, una creciente objetivación de los medios de expresar e intercambiar las emociones. La comunicación terapéutica incorpora una condición metodológica a la vida emocional que hace que las emociones pierdan su carácter indexal, la capacidad de orientarnos de manera rápida y no autorreflexiva en la red de nuestras relaciones cotidianas. Adicionar una serie de procedimientos para manejar las emocio-

99 Espeland, Wendy N., *op. cit.*, p. 83.

nes y sustituirlas por modelos de discurso adecuados y estándar implica que las emociones quedan cada vez más desvinculadas y desenlazadas de las relaciones y las acciones específicas y concretas. La condición para la "comunicación" es, paradójicamente, la *suspensión de los propios vínculos emocionales en una relación social.* Comunicarse significa desvincularse de la propia posición en una relación específica y concreta y adoptar la posición de un hablante abstracto que afirma su autonomía o su comprensión. En última instancia, la comunicación significa suspender o poner entre paréntesis la cohesión emocional que nos vincula con los demás. Sin embargo, al mismo tiempo esos procedimientos discursivos neutrales y racionales van acompañados de una forma muy subjetiva de legitimación de los propios sentimientos, ya que se reconoce al portador de una emoción como el máximo árbitro de los propios sentimientos. "Siento que..." no sólo implica que se tiene derecho a sentir de esa manera, sino también que eso nos da derecho a ser aceptados y reconocidos tan sólo en virtud de sentir de determinada manera. Decir "Me siento herido" no admite mucha discusión y de hecho exige un inmediato reconocimiento de ese dolor. El modelo de la comunicación impulsa así las relaciones en direcciones opuestas: somete las relaciones a procedimientos discursivos que apuntan a neutralizar la dinámica emocional de la culpa,

la irritación, el resentimiento, la vergüenza, la frustración, etc., pero intensifica la subjetividad y la emotividad, con lo que nos lleva a considerar que nuestras emociones tienen una validez propia por el mismo hecho de que se las expresa. No estoy segura de que eso lleve al reconocimiento, ya que, como señala Judith Butler, "el reconocimiento empieza con advertir que se está perdido en el otro, apropiado en y por una alteridad que es y no es uno mismo".[100]

Así, el ideal contemporáneo de la comunicación que penetró y saturó nuestros modelos de relaciones sociales bien puede ser lo que el antropólogo Michael Silverstein llama "una ideología del lenguaje". Una ideología del lenguaje es una serie de "objetivos e ideas autoevidentes de un grupo en relación con el papel del lenguaje en las experiencias sociales de sus miembros porque contribuyen a manifestar la expresión del grupo".[101] La ideología del lenguaje de la modernidad

100 Butler, Judith, "Can the 'other' speak of philosophy?", en Joan Scott y Debra Keates (eds.), *Schools of thought: Twenty-five years of interpretive social science*, Princeton, Princeton University Press, 2001, p. 58 [la cita corresponde a la edición en español: "¿Puede 'el otro' hablar de filosofía?", en *Deshacer el género*, Barcelona, Paidós, 2006, p. 340].

101 Citado en Woolard, Kathryn, A., "Introduction: Language ideology as a field of inquiry", en Bambi B. Schieffelin, Kathryn A. Woolard y Paul V. Kroskrity (eds.), *Language ideologies: Practice and theory*, Oxford, Oxford University Press, 1998, p. 4.

podría residir entonces en esa convicción especial en el poder del lenguaje para contribuir a entender y controlar nuestro medio emocional y social. Cómo eso, a su vez, transformó nuestra identidad es lo que voy a analizar en la próxima conferencia.

2
Sufrimiento, campos emocionales y capital emocional

INTRODUCCIÓN

En 1859, en un libro muy popular titulado *Ayúdate*, Samuel Smiles ofrecía una serie de biografías de hombres que habían salido de la oscuridad y alcanzado fama y riqueza (la autoayuda era un tema masculino, y las mujeres tenían poco o ningún espacio en las narrativas de éxito y de seguridad). El libro, que gozó de gran popularidad, reforzaba el concepto victoriano de la responsabilidad individual. Con el característico optimismo y el voluntarismo moral de la fe en el progreso del siglo XIX, Smiles evocaba el "espíritu de la autoayuda en la acción enérgica de los individuos".[1] Sus vidas, escribió, inspiran pensamientos elevados y constituyen ejemplos de trabajo firme, integridad y un "carácter realmente noble y viril". La fuerza de la autoayuda,

1 Smiles, Samuel, *Self-help*, Londres, John Murray, 1882, p. 6 [trad. esp.: *Ayúdate*, Buenos Aires, SMCA, 1945].

continuaba Smiles, es la fuerza que cada uno tiene de lograr cosas por sí mismo. El ideal de la autoayuda tenía así decididos visos democráticos, ya que brindaba incluso "a los hombres más humildes la posibilidad de labrarse una honrosa y holgada posición de fortuna y una sólida reputación".[2]

Unos sesenta años después, luego del trauma de la Primera Guerra Mundial, al dirigirse a sus colegas psicoanalistas Freud ofreció una visión grandiosa pero pesimista de la tarea que le esperaba al psicoanálisis:

> Con relación a la enorme miseria neurótica que existe en el mundo y acaso no es necesaria, lo que podemos remover es ínfimo desde el punto vista cuantitativo. Además, las condiciones de nuestra existencia nos restringen a los estratos superiores y pudientes de nuestra sociedad. Por el momento nada podemos hacer en favor de las vastas capas populares cuyo sufrimiento neurótico es enormemente más grave.

A pesar de su llamado a democratizar el psicoanálisis, Freud era escéptico respecto de la disposición del hombre pobre a desprenderse de su neurosis porque, señalaba, "la vida dura que les espera si se recuperan no les ofrece atractivo alguno, mientras que la enfermedad les

2 Smiles, Samuel, *Self-help, op. cit.*, p. 8.

permite acceder a la asistencia social".[3] Ahí donde Smiles pensaba que el hombre simple o pobre podía elevarse por encima de los desafíos de la vida cotidiana por medio de la sobriedad, la resistencia y la energía, Freud presentaba la inquietante posibilidad de que ni el psicoanálisis ni el hombre pobre pudieran remediar "la enorme miseria neurótica" porque, explicaba Freud, las condiciones sociales de los trabajadores son tales que recuperarse de la neurosis no hará más que acentuar su miseria. A diferencia del *ethos* de autoayuda de Smiles, que estipulaba que la fuerza moral podría superar la posición y el destino social de una persona, Freud sostenía la convicción pesimista y el punto de vista sociológico de que la capacidad de ayudarse estaba condicionada por la clase social a la que se pertenecía y que, al igual que otros aspectos del desarrollo psíquico, esa capacidad podía verse dañada, en cuyo caso no se era posible restablecerla mediante la simple fuerza de voluntad. Freud ofrece aquí una sutil afirmación sociológica y psicológica: para que haya una recuperación, dice, debe poder convertirse en un beneficio social, con lo que no sólo sugiere una afinidad entre el trastorno psí-

3 Freud, Sigmund, "Lines of advance in psychoanalytic therapy", *Standard edition of the complete psychological works*, Londres, Hogarth Press, 1919, vol. 17, pp. 159-168 [trad. esp.: "Nuevos caminos en terapia psicoanalítica", en *Obras completas*, Buenos Aires, Amorrortu, 1979, t. XVII].

quico, la recuperación y la propia situación socioeconómica, sino que también desliza que el sufrimiento psíquico puede capitalizarse.

Así, a fines del siglo XIX y principios del XX, Smiles y Freud ocupaban posiciones opuestas del discurso moral de la personalidad. El *ethos* de la autoayuda de Smiles hacía que el acceso a la movilidad y al mercado dependieran del ejercicio de la virtud lograda por el efecto combinado de la volición y la fuerza moral. La autoayuda y la virtud, en cambio, no ocupaban lugar alguno en el marco teórico general de Freud. Ello se debe a que la narrativa familiar que ocupaba el centro de la visión freudiana no era lineal sino figurada, para usar el término de Erich Auerbach. Lo figurado se opone a lo horizontal en que "combina dos hechos causal y cronológicamente distantes entre sí, por la vía de atribuirles un significado común a ambos".[4] Mientras la autoayuda postulaba que la vida era una serie de logros acumulados y que podía entenderse como un despliegue progresivo a lo largo de una línea temporal horizontal, la posición freudiana sostenía que había que trazar muchas líneas verticales invisibles entre los acontecimientos importantes de la infancia y el desarrollo psíquico posterior, dado que la vida no era lineal sino cíclica. Por otra parte, para Freud era la salud más que el éxito el nuevo objetivo de la psiquis, y esa salud no dependía de la propia voluntad, porque la curación tiene lugar, por así decirlo, a espaldas del pensamiento y de la voluntad del paciente. Sólo la transferencia, la resistencia, el trabajo con los sueños, la libre asociación –y no la "volición" ni el "autocontrol"– podían llevar a una transformación psíquica y, en última instancia, social. Por último, nos dice Freud, la recuperación psíquica no puede ser democrática y distribuirse de manera equitativa en la sociedad. En realidad, Freud sugiere que la terapia tiene una afinidad oculta con el privilegio social.

4 Citado en Woody, Melvin J., "The unconscious as a hermeneutic myth: Defense of the imagination", en J. Phillips y J. Morley (eds.), *Imagination and its pathologies*, Cambridge, MA, MIT Press, 2003, p. 191.

Sin embargo, si tomamos una instantánea de la cultura estadounidense contemporánea, podemos observar que en la misma hay varias inversiones irónicas de ese estado de cosas: en la cultura de la autoayuda que se impuso en la sociedad estadounidense, el *ethos* de automejoramiento de Smiles y las ideas de inspiración freudiana están en la actualidad tan entrelazadas que resultan virtualmente indistinguibles. Por otra parte, precisamente debido a esa alianza entre el *ethos* de autoayuda y la psicología, el sufrimiento psíquico –en la forma de una narrativa en la que el yo salió lastimado– se convirtió ahora en una característica de la identidad que comparten tanto los trabajadores como los ricos. Una infancia en la que no se recibió atención, padres

sobreprotectores, falta de autoestima, compulsión al trabajo, al sexo, a la comida, ira, fobias y angustia son trastornos "democráticos" que ya no tienen una impronta de clase definida. En ese proceso de democratización general del sufrimiento psíquico, la recuperación experimentó una extraña transformación y pasó a ser un negocio muy lucrativo y una industria floreciente.

¿Cómo explicar el surgimiento de una narrativa de identidad que impulsa, ahora más que nunca, un *ethos* de autoayuda, pero que, paradójicamente, es también una narrativa de sufrimiento? ¿Cuál es la articulación entre sufrimiento emocional y clase social? ¿Cómo podemos pensar la relación entre vida emocional, desigualdad de clase y reproducción de clase? Se trata de preguntas demasiado amplias, y en el marco de una conferencia no puedo aspirar a brindar respuestas completas. En esta conferencia sólo voy a tratar de trazar algunas líneas generales de pensamiento para abordar esas preguntas amplias.

LA NARRATIVA DE LA AUTORREALIZACIÓN

En el contexto estadounidense, la terapia pudo convertirse en una narrativa de la personalidad cuando recicló e incorporó una de las principales –si no la más importante– narrativas de identidad, a saber, la narrativa de autoayuda. La terapia pudo transformarse en otra versión de la narrativa de autoayuda anterior cuando intervino una serie de factores. En primer lugar, hubo cambios internos en la teoría psicológica, que se apartó cada vez más del determinismo freudiano y ofreció una posición más optimista y abierta del autodesarrollo. Si bien sus posiciones generales diferían, tanto Heinz Hartmann como Ernst Kris, Rudolph Loewenstein, Alfred Adler, Erich Fromm, Karen Horney y Albert Ellis coincidían en su rechazo del determinismo freudiano de la psiquis y se inclinaban por una visión más flexible y abierta del yo, con lo que inauguraron nuevas posibilidades para una mayor compatibilidad entre la psicología y el punto de vista moral (típicamente estadounidense) de que las personas podían y debían labrar su destino. Ahí resonaba sobre todo el movimiento de curación de la mente, que había gozado de gran popularidad en el siglo XIX y estipulaba que la mente podía curar la enfermedad.

Esa nueva narrativa psicológica que admitía la posibilidad de que el yo cambiara y se autoconstituyera pudo difundirse gracias a la "revolución del libro de bolsillo" que inició Pocket Books en 1939 y que permitió a los consumidores acceder con facilidad a libros baratos. Mediante esa revolución del libro de bolsillo, la psicología popular pudo llegar a un creciente número de per-

sonas de clase media y clase media baja. De hecho, esos libros podían comprarse en todas partes, tanto en estaciones de tren como en farmacias y kioscos, con lo que se consolidó una industria de autoayuda ya floreciente.

La autoridad de los psicoanalistas llegó a ser aun más influyente dado que a fines de la década de 1960 las ideologías políticas, que probablemente se habrían opuesto a las concepciones psicológicas e individualistas del yo, estaban en plena declinación. Tal como señala el sociólogo Steven Brint,

> El poder profesional es más amplio [...] cuando los especialistas profesionales operan en un medio despolitizado de premisas que no se cuestionan [...], la influencia profesional puede extenderse cuando los profesionales están en condiciones de afirmar un valor cultural central en ausencia de una contraideología fuerte.[5]

Para ser más exactos, si la década de 1960 tenía un mensaje político, la sexualidad, el autodesarrollo y la vida privada ocupaban un lugar central en el mismo. La maduración y la expansión del mercado de consumo,

5 Brint, Steven, "Rethinking the policy influence of experts: From general characterizations to analysis of variation", *Sociological Forum*, 1990, 5 (1), pp. 373-375.

junto con la "revolución sexual" de la década de 1960, contribuyó a aumentar la visibilidad y la autoridad de los psicólogos porque esas dos corrientes ideológicas y culturales –el consumismo y la liberación sexual– tenían en común el hecho de que hacían del yo, la sexualidad y la vida privada elementos esenciales para la formación y la expresión de la identidad. En ese contexto, no sólo fue fácil sino también natural que los psicólogos quedaran inmersos en el nuevo discurso político que abordaba sobre todo la sexualidad y la relación entre los sexos. La reivindicación de una sexualidad libre y de la realización personal quedaría estrechamente asociada a los discursos que expandían el ámbito de la aplicación de los derechos y extendían los grupos a los que éstos les correspondían. El movimiento que ayudaría a la psicología a hacer su incursión más profunda en la cultura popular y que cambió de manera drástica las concepciones del yo fue el humanismo, notable sobre todo en Abraham Maslow y en Carl Rogers.

– Carl Rogers consideraba que las personas eran ante todo buenas o saludables y que la salud mental era la evolución normal de la vida, en la que los trastornos mentales, la delincuencia y otros problemas humanos representaban distorsiones de la tendencia natural innata hacia la salud. Por otra parte, toda su teoría se basaba en la idea muy simple de la tendencia a la autorrealización, que puede definirse como la motiva-

ción presente en toda forma de vida de desarrollar al máximo sus posibilidades. En una conferencia que dio en el Oberlin College en 1954, Carl Rogers sugirió que:

> Cualquiera sea el nombre que le asignemos –tendencia al crecimiento, impulso hacia la autorrealización o tendencia direccional progresiva–, ella constituye el móvil de la vida y representa, en última instancia, el factor del que depende toda psicoterapia. No es sino el impulso que se manifiesta en toda vida orgánica y humana –de expansión, extensión, autonomía, desarrollo, maduración– la tendencia a expresar y actualizar todas las capacidades del individuo [...] y sólo espera las condiciones adecuadas para liberarse y expresarse.[6]

Para Rogers, el crecimiento es una tendencia universal que nunca está del todo ausente, sino sólo sepultada. La base para mantener ese impulso hacia el crecimiento era, según Rogers, "tener un respeto incondicional por uno mismo. Todo 'condicionamiento del valor' –soy valioso si complazco a mi padre o si obtengo una buena calificación– constituye un límite para la autorrealización", con lo que sugiere que ahora se le impone al yo que procure una autorrealización inexorable.

Fue Abraham Maslow, sin embargo, el que difundió con más éxito esas y otras ideas similares en la cultura estadounidense. La idea de Maslow de que hay una necesidad de autorrealización lo llevó a proponer una hipótesis que tendría un enorme éxito en la cultura estadounidense: que el temor al éxito es lo que impide que una persona aspire a la grandeza y a la autorrealización. El resultado definió una nueva categoría de personas: aquellos que no obedecían a esos ideales psicológicos de autorrealización ahora eran enfermos. "Las personas a las que llamamos 'enfermas' son aquellas que no son ellas mismas, las que crearon todo tipo de defensas neuróticas contra la condición humana".[7] O como también señala: "el concepto de creatividad y el concepto de persona saludable, realizada, por completo humana, parecen estar acercándose cada vez más y tal vez resulten ser lo mismo".[8]

Esas ideas sobre el desarrollo humano pudieron ingresar a las concepciones culturales del yo y transformarlas porque en las mismas resonaba el concepto liberal de que el autodesarrollo era un derecho. Eso, a

6 Rogers, Carl R., *On becoming a person: A therapist's view of psychotherapy*, Boston, MA, Houghton Mifflin Company, 1961, p. 35 [la cita corresponde a la edición en español: *El proceso de convertirse en persona*, Buenos Aires, Paidós, 1974, pp. 42-43].

7 Maslow, Abraham, *The farther reaches of human nature*, Londres, Penguin Books, 1971, p. 52 [trad. esp.: *La amplitud potencial de la naturaleza humana*, México, Trillas, 1982].

8 *Ibid.*, p. 57.

su vez, representó una extraordinaria extensión del campo de acción de los psicólogos: no sólo pasaron de los trastornos psicológicos graves al ámbito mucho más amplio del sufrimiento neurótico, sino que ahora pasaban a la idea de que la salud y la autorrealización eran lo mismo. Las personas que tenían una vida no realizada ahora necesitaban atención y terapia. Sin duda, en la idea de autorrealización resonaba la crítica política al capitalismo de la década de 1960 y la exigencia de nuevas formas de expresión personal y bienestar definidos en términos no materiales. Pero la corriente terapéutica fue más allá en el sentido de que planteó la cuestión del bienestar con metáforas médicas y patologizó la vida común.

En lo relativo al mandato de convertirnos en las personas más "completas" o "autorrealizadas" no se proporcionó ninguna pauta que contribuyera a determinar qué diferenciaba a una persona completa de una incompleta. Los psicólogos crearon una nueva jerarquía emocional entre individuos autorrealizados y aquellos que luchaban con una serie de problemas. Sin embargo, y ésta sin duda es una de las características más llamativas de la cultura terapéutica, al mismo tiempo que ubicaba la salud y la autorrealización en el centro de una narrativa del yo, también convertía una amplia variedad de conductas en indicios y síntomas de un yo "neurótico", "no saludable" y "autodes-

tructivo". En realidad, cuando se examina la serie de presunciones que subyacen en la mayor parte de los libros que utilizan un lenguaje terapéutico, emerge un claro patrón que estructura la forma de pensamiento terapéutica: el ideal de salud o autorrealización define *a contrario* una amplia variedad de disfunciones. En otras palabras, las conductas no saludables en términos emocionales se deducen de una referencia implícita a y una comparación con el modelo e ideal de la "vida plenamente autorrealizada". Si transpusiéramos ese ideal al ámbito de la salud física, equivaldría a decir que alguien que no usa todas las posibilidades de su musculatura es un enfermo,[9] con la diferencia de que en el discurso psicológico la definición de qué se considera un "músculo fuerte" no es clara y está en perpetuo cambio.

Permítanme ofrecer un ejemplo concreto de esa narrativa. Como sostuve en la conferencia anterior, los psicólogos postularon la intimidad como un ideal a alcanzar en las relaciones sexuales y conyugales. En el contexto de las relaciones estrechas, la intimidad, así como la autorrealización y otras categorías inventadas por los psicólogos, se convirtieron en sinónimo de "salud". Las relaciones saludables eran íntimas y la

9 Reznek, Lawrie, *The philosophical defense of psychiatry*, Nueva York, Routledge, 1991.

intimidad era saludable. Una vez que la idea de intimidad se postuló como la norma y el modelo de las relaciones saludables, la ausencia de intimidad pudo convertirse en el marco general que organizaba una nueva narrativa terapéutica del yo. En esa narrativa, la ausencia de intimidad indicaba ahora una constitución emocional problemática, por ejemplo, un *miedo* a la intimidad. En un artículo de *Redbook* se cita a un terapeuta y se plantea el tema de manera adecuada:

> en nuestra sociedad, la gente le tiene más miedo a la intimidad que al sexo. [...] Lo habitual es que las personas que tienen problemas de intimidad tengan problemas sexuales en sus relaciones, si bien pueden funcionar muy bien en otros planos.[10]

Las narrativas terapéuticas son tautológicas porque, una vez que un estado emocional se define como saludable y deseable, todas las conductas y los estados que no cumplen con ese ideal indican no sólo que hay emociones inconscientes que le impiden a alguien alcanzar la salud, sino que hay un deseo secreto de escapar del mismo. Por ejemplo, en un programa de Oprah Winfrey (emitido el 29 de abril de 2005) se presentó a una mujer con un leve sobrepeso que tenía problemas conyugales (al hombre no le gustaba que su esposa hubiera subido de peso desde que se casaron). Dada la premisa implícita de que la intimidad es saludable, y dado que el peso de la mujer se consideraba un obstáculo para la intimidad, su imposibilidad de adelgazar puede a su vez ser el punto de inicio de una narrativa de salud psicológica: de hecho, un psicólogo invitado al programa con el objetivo explícito de presentar la historia de la mujer como un problema psicológico, sugiere que ésta usa su peso como una represalia inconsciente contra su esposo. La mujer "con sobrepeso" no se mostró de acuerdo, pero sólo de manera superficial: coincidió en que su sobrepeso tenía motivos inconscientes pero, dijo, era una forma de alejar a posibles pretendientes y de mantenerse fiel a su esposo. Como en las narrativas religiosas, en la narrativa terapéutica todo tiene un propósito y un significado ocultos. Así como las desventuras humanas se explican por la hipótesis de un plan divino oculto, en la narrativa terapéutica las elecciones que parecen ir en nuestro desmedro obedecen a algún fin y a alguna necesidad ocultos. Es en este punto donde se conectan las narrativas de autoayuda y de sufrimiento. Si secretamente deseamos sufrir, entonces puede hacerse responsable al yo de su alivio. Una mujer que una y otra vez se enamora de hombres evasivos o indiferentes no puede entonces sino culpar a su yo, o por lo menos

10 Botwin, Carol, "The big chill", *Redbook*, febrero de 1985, p. 105.

transformarlo. La narrativa de autoayuda, por lo tanto, no sólo está estrechamente entrelazada con una narrativa de sufrimiento y fracaso psíquico, sino que es ésta la que la pone en movimiento. El legado freudiano contemporáneo es –irónicamente– que somos los amos de nuestra propia casa, incluso, o tal vez sobre todo, cuando ésta se encuentra en llamas.

Muchos sugirieron que las instituciones construyen una coherencia cultural no tanto mediante el intento de establecer una uniformidad, sino tratando de organizar la diferencia. Las instituciones están, en palabras de Bill Sewell,

> constantemente empeñadas en un esfuerzo, no sólo de normalizar u homogeneizar, sino también de jerarquizar, encapsular, excluir, criminalizar, hegemonizar o marginalizar prácticas y poblaciones que se apartan del ideal sancionado.[11]

Lo interesante y tal vez sin precedentes de la corriente terapéutica es el hecho de que institucionalizó el yo por medio de la "diferencia" generalizada que se contrasta con un ideal moral y científico de normalidad. Al postular un ideal de salud indefinido y en constante expansión, todas las conductas *a contrario* podrían calificarse de "patológicas", "enfermas", "neuróticas" o simplemente "inadaptadas", "disfuncionales" o, en términos más generales, "no autorrealizadas". La narrativa terapéutica pone la normalidad y la autorrealización como objetivo de la narrativa del yo pero, como nunca se le da un contenido positivo a ese objetivo, en realidad produce una amplia variedad de personas no realizadas y, por lo tanto, enfermas. La autorrealización se convierte en una categoría cultural que genera un juego de Sísifo de diferencias derrideanas.

Las ideas culturales son débiles si sólo viven en la mente. Necesitan cristalizarse en torno de objetos, rituales de interacción e instituciones. La cultura, en otras palabras, se encarna en prácticas sociales y tiene que trabajar tanto en el plano práctico como en el teórico. El trabajo de la cultura reside precisamente en las formas en que vincula esos planos. Así, la cultura se extiende desde los sistemas elaborados de pensamiento hasta los actos mínimos de la vida cotidiana.[12] Es sólo en el contexto de un marco práctico que un

11 Sewell, William H., "The concept(s) of culture", en Victoria E. Bonnell y Lynn Hunt (eds.), *Beyond the cultural turn: New directions in the study of society and culture*, Berkeley, University of California Press, 1999, p. 56.

12 Eagleton, Terry, *Ideology: An introduction*, Londres, Verso, 1991, p. 48 [trad. esp.: *Ideología: una introducción*, Barcelona, Paidós, 1997].

discurso teórico se integra a las concepciones comunes del yo.

La narrativa terapéutica de la autorrealización tiene una penetración tan amplia porque se desempeña en una extensa serie de lugares sociales, tales como grupos de apoyo, *talk shows*, programas de asesoramiento o de rehabilitación, talleres, sesiones de terapia, Internet; todos son lugares de representación y reorganización del yo. Esos lugares se convirtieron en apéndices invisibles pero eficaces para la constante tarea de tener y representar un yo. Algunos de esos lugares adoptan la forma de organizaciones de la sociedad civil (tales como Alcohólicos Anónimos), mientras que otros ya son formas sociales mercantilizadas. Para dar uno de los ejemplos internacionales y más exitosos de los últimos: la Landmark Education Corp. (LEC) (también conocida como Forum, y antes como EST), que ofrece un taller de tres días que apunta a promover la autorrealización y la potenciación de las personas, recauda unos cincuenta millones de dólares por año. La LEC tiene su sede en San Francisco y cuenta con cuarenta y dos oficinas en once países, lo que sugiere que la autorrealización y su mercantilización se convirtieron en una empresa mundial. Landmark Corporation, que ofrece una serie de talleres de tres días por abultadas sumas de dinero, afirma que su objetivo es poder brindar a los participantes "un notable aumento de la capacidad

de comunicarse y relacionarse con otros, así como lograr lo que les resulta importante en la vida".[13] A los fines de esta investigación participé en uno de los talleres. Durante los tres días, la narrativa de autorrealización se puso en marcha pidiéndoseles a los participantes que se concentraran en un aspecto disfuncional de su vida (los ejemplos de cómo se produjo esa narrativa comprendieron: "Soy soltera y no puedo encontrar una pareja", "Tuve muchas novias, pero no puedo comprometerme con ninguna", "Hace cinco años que no le hablo a mi padre porque no aprueba la forma en que vivo", "No estoy conforme con mi trabajo y no puedo hacer nada al respecto"); pidiendo a los participantes que crearan un sistema de analogías entre distintos aspectos –presuntamente recurrentes– de su vida, y haciendo que adoptaran una narrativa de autorrealización para reestructurar su vida. Por ejemplo, Daniel, que participó en el taller de la Landmark Corporation, cuenta la siguiente historia en la Web:

> Una de mis maneras automáticas de ser se originó en algo que pasó cuando tenía 11 años, cuando me obligaron a admitir ante mis amigos que era demasiado tímido para besar a una niña que vivía en la casa de enfrente. Me sentí humillado y concluí que

13 Landmark Corporation, <http://www.landmarkeducation.com>.

> nunca podría tener éxito social ni ser audaz con las muchachas. Por eso me dediqué a ser estudioso, serio, trabajador y responsable como forma de compensación. En parte fue porque tenía que hacer las cosas por mí mismo, solo. Se convirtió en mi fórmula de éxito. Aún lo es, pero como ahora puedo detectarlo y verlo, ya no es algo que me gobierna. Tengo la libertad de crear cosas y ser de formas que mi anterior manera de ser automática me habría prohibido por amenazadoras o transgresoras. Me veo menos rígido y más capaz de disfrutar integrándome a una creciente variedad de personas y actividades de mi círculo social, mi comunidad y mi trabajo.

En esta historia vemos la narrativa terapéutica en funcionamiento: el marco narrativo exige que una persona identifique una patología, aquí una manera "automática" de ser (se construye lo automático como opuesto a lo autodeterminado). Una vez que se detecta la conducta automática, la persona establece relaciones causales con el pasado. Así identifica un episodio de su infancia en el que el yo se vio presuntamente disminuido. Se supone, a su vez, que el incidente tuvo consecuencias trascendentales en su vida. La historia es una buena ilustración de las maneras en que toda conducta, en realidad hasta aquéllas tan sociales como

ser trabajador, serio y estudioso, se reelabora como "patológica". Como la norma indica que ser trabajador es recomendable, aquí se lo reinterpreta como "compulsivo" para que "califique" como una patología. De conformidad con la estructura narrativa que proporcionó el Foro, ese hombre también trata de identificar las ventajas resultantes de su conducta "patológica", con lo que explica por qué no "sentía" que tuviera nada de malo, y se hace luego responsable de modificarla y de iniciar la narrativa de autocambio y autoayuda.

Al difundirse en el mercado, el *ethos* terapéutico pasó de ser un sistema de conocimiento a lo que Raymond Williams llamó una "estructura de sentimiento". El concepto de estructura de sentimiento designa dos fenómenos opuestos: "sentimiento" apunta a un tipo de experiencia rudimentaria, que define quiénes somos sin que seamos capaces de articular ese "quiénes somos". El concepto de "estructura", por su parte, sugiere también que ese nivel de experiencia tiene una estructura subyacente, es decir, que no es caprichoso sino sistemático.[14] De hecho, la cultura de autoayuda terapéutica es un aspecto informal y casi rudimentario de nuestra experiencia social, si bien es también un plan cultural profundamente internalizado que organiza la percep-

14 Eagleton, *op. cit.*

ción del yo y de los otros, la autobiografía y la interacción interpersonal.

En esa línea, la narrativa terapéutica estructura el modo del discurso y la confesión en un género que emergió en los últimos quince años y transformó por completo la televisión: los *talk shows*. El ejemplo más conocido y exitoso de ese género televisivo es el programa de Oprah Winfrey, que ven a diario más de treinta y tres millones de personas. Oprah Winfrey utiliza un estilo terapéutico de entrevista y promociona con fuerza un estilo terapéutico de automejoramiento.[15] He aquí un ejemplo de las formas en que, al igual que el Forum, el programa de Oprah Winfrey proporciona a sus invitados una narrativa terapéutica en la que encuadrar la manera en que entienden sus actos: Sue quiere pedir el divorcio. La perspectiva le resulta angustiante a su esposo, Gary, que quiere reconciliarse con su mujer. Su deseo de volver con la esposa se encuadra como un problema psicológico, esta vez bajo el encabezamiento general de "por qué la gente quiere volver con su ex". Una psicoterapeuta, Carolyn Bushong, tiene como tarea presentar la historia de Gary como un problema y proporcionar la narrativa general que da cuenta de la conducta de éste:

15 Illouz, Eva, *Oprah Winfrey and the glamour of misery: An essay on popular culture*, Nueva York, Columbia University Press, 2003.

WINFREY: Nos acompaña Carolyn Bushong, psicoterapeuta, cuyo libro se titula *Loving him without losing you*,* que nos dice que el amor suele no ser el motivo por el que la gente no puede olvidar a su ex. ¿Lo es?

CAROLYN BUSHONG: Bueno, hay muchos motivos, pero buena parte es rechazo. Creo que lo que lo ata [a Gary] en este caso es que necesita, que usted necesita reconquistarla para sentirse bien con usted mismo. [...] [más adelante en el programa] Gary es adicto a eso. Y "eso" es ese sentimiento de que "Soy una mala persona. Mi ex dice que soy una mala persona. Y tal vez sea una mala persona, de modo que si puedo convencerla de que no soy una mala persona", entonces volverán a estar bien [...] al corregir lo que está mal. Es la parte, nuevamente, en que "tal vez me siento culpable por lo que hice y quiero reconciliarme con esa persona para que la culpa desaparezca".

WINFREY: ¿Usted también se siente culpable, Gary?

GARY: Claro que sí.

BUSHONG: Sí [por tratar de controlar a Sue].

WINFREY: Y quiere decirle, "si me aceptas otra vez, puedo demostrarte que no quiero volver a hacerlo".

GARY: Así me sentía antes, sí.

WINFREY: Sí, de acuerdo. No se puede vivir con o sin la ex.

* Cómo amarlo sin perderte. [N. del T.]

> BUSHONG: Eso se transforma en adicción, en una relación adictiva. Hay tantas relaciones en las que la gente siente, bueno, "quiero a esta persona, la amo, pero la odio".[16]

Aquí hay algunos elementos dignos de destacar: las narrativas terapéuticas crean nichos de mercado, espectadores a los que se define al mismo tiempo como posibles pacientes y como consumidores. La profesión terapéutica, la industria publicitaria y el *talk show* constituyen simultáneamente, como consumidores y como enfermos, a un grupo de personas que "aman demasiado" o personas "que no pueden vivir sin su ex". Por otra parte, también podemos observar cómo la narrativa terapéutica convierte las emociones, en este caso la culpa, en objetos públicos a ser expuestos, analizados y discutidos. El sujeto participa en la esfera pública a través de la construcción y la exposición de emociones "privadas". Por último, lo que contribuye a que se reescriba la historia de su vida como narrativa terapéutica es el objetivo de la historia.[17] Son los objetivos de la historia, tales como "liberación sexual", "autorrealización", "intimidad" o "divorcio amistoso" –que dictan la complicación– lo que impide que se obtenga el objetivo en la vida, lo cual, a su vez, impone a qué hechos del propio pasado hay que prestar atención así como la lógica emocional que da cohesión a esos hechos ("No puedo tener intimidad porque en realidad le tengo miedo a la intimidad. Ello se debe a que en mi infancia mi madre nunca atendió mis necesidades y a que yo siempre estaba anhelando su atención"; o: "Debería querer divorciarme de manera amistosa. Si no puedo hacerlo es porque debo tener un problema, que es la verdadera razón por la que no quiero el divorcio"). En ese sentido, la narrativa terapéutica se escribe hacia atrás. Ésa es también la razón por la que, paradójicamente, la cultura terapéutica privilegia el sufrimiento y el trauma. La propia narrativa terapéutica de autorrealización sólo puede funcionar mediante la detección de la complicación en la historia –lo que impide ser feliz, exitoso y tener una intimidad– y dándole sentido en relación con un hecho del pasado. Hace que se entienda la propia vida como una disfunción generalizada a los efectos de superarla. Esa narrativa pone en primer plano emociones negativas como vergüenza, culpa, miedo o falta de adecuación, pero no activa juicios morales o responsabilidades.

16 "Can't get over your ex", *Redbook*, 28 de marzo de 1995.

17 Véase Gergen, Kenneth J. y Mary Gergen, "Narrative and the self as relationship", en L. Berkowitz (ed.), *Advances in Experimental Social Psychology*, Nueva York, Academic Press, 1988, vol XXI, pp. 17-54, especialmente p. 18.

La narrativa terapéutica se adapta particularmente bien al género autobiográfico y llevó a cabo una impor-

tante transformación del mismo. De hecho, en la autobiografía terapéutica la identidad se descubre y se expresa en la experiencia del sufrimiento y en la comprensión de las emociones que se ganan en el relato de la historia. Si las narrativas autobiográficas del siglo XIX a menudo resultaban interesantes por su trama de "harapos a riqueza", las autobiografías contemporáneas tienen una visión opuesta: versan sobre la agonía psíquica, incluso en medio de la fama y la riqueza. Aclararé esto con tres ejemplos. El primero se relaciona con Oprah Winfrey, que, en su apogeo, construyó su vida de la siguiente manera:

> Antes del Libro [un libro autobiográfico que se suponía iba a escribir], en el plano emocional se hallaba a la deriva en las aguas turbias y asfixiantes de la duda. [...] Lo que importa es cómo se sentía en lo más profundo de su alma, y ahí nunca se sentía bien. Todo sale de ahí: su perpetua lucha con la obesidad ("Los kilos representaban el peso de mi vida"), una adolescencia activa en términos sexuales ("No era porque me gustara el sexo ocasional, sino porque, una vez que empecé, no quería que los otros muchachos se resintieran conmigo"), su disposición a rebajarse ante un hombre en nombre del amor ("Tenía una relación de maltrato tras otra porque sentía que eso era lo que merecía"). "Ya sé que parece que lo tengo todo", dice Oprah, y echa una mirada a su complejo cinematográfico-televisivo de veinte millones de dólares y ocho mil metros cuadrados ubicado al oeste del centro de Chicago. "La gente piensa que porque alguien está en televisión tiene la sartén por el mango, pero yo estuve en lucha con *mi* propio valor durante muchos, pero muchos años, y sólo ahora estoy reconciliándome con el mismo."[18]

La narrativa del sufrimiento psíquico reformula las biografías del éxito como biografías en las que el propio yo nunca está del todo "constituido" y en las cuales el sufrimiento se convierte en un elemento constitutivo de la identidad. En la nueva autobiografía terapéutica el éxito no es lo que impulsa la historia, sino que es precisamente la posibilidad de que el yo pueda desarticularse en pleno éxito. Por ejemplo, una actriz joven y exitosa como Brooke Shields puede escribir una autobiografía en la que relata su depresión posparto.[19] De manera similar, la biografía de Jane Fonda[20] se cuenta como el despliegue de un drama emocional

18 Randolph, Laura B., "Oprah opens up about her weight, her wedding, and why she withheld the book", *Ebony*, 48 (12), octubre de 1993, p. 130.
19 Shields, Brooke, *Down came the rain: My journey through postpartum depression*, Nueva York, Hyperion Press, 2005.
20 Fonda, Jane, *Mi life so far*, Nueva York, Random House, 2005.

que comienza con una infancia infeliz con un padre frío y distante y continúa con tres fracasos matrimoniales. El *New York Times* reseña con ironía la autobiografía de Fonda:

> Fonda ofrece sesenta años de exhaustiva excavación de su yo perdido y reencontrado. *My life so far* no es un título lírico, sino que plasma la lucha sisífea, opraheana, de una Jane jungeana por procesar su dolor y desterrar sus demonios. El libro es un balbuceo psicológico sobre [...] perder la autenticidad, sentirse desarticulada, tratar luego de volver a su cuerpo, de "asumir" su condición de mujer, su espacio y su vagina, la seguridad, las arrugas y su madre para que pueda emerger su "yo auténtico".[21]

Las tres biografías de mujeres poderosas, exitosas y glamorosas se relatan así como una historia de constante búsqueda del yo interior, una lucha con la vida emocional y, por último, la liberación psíquica de sus trabas emocionales. Tal como Michel Foucault destacó de manera lacónica en su *Historia de la sexualidad*, el cuidado del yo, presentado en metáforas médicas de salud, paradójicamente alentó la visión

21 Dowd, Maureen, "The roles of a lifetime", *The New York Times Book Review*, 24 de abril de 2005, p. 13.

de un yo "enfermo" necesitado de corrección y transformación.[22]

La narrativa de autoayuda y autorrealización es intrínsecamente una narrativa de la memoria y de la memoria del sufrimiento. En el epicentro de esa narrativa se encuentra el mandato de ejercitar la memoria del sufrimiento a los efectos de liberarse del mismo. Para ilustrar con más minuciosidad las características culturales de tal narrativa, podemos citar la afirmación de Abraham Lincoln sobre su propia vida: "Es una tontería tratar de darle alguna importancia a mi infancia. Todo puede reducirse a una frase [...]. Los anales simples y breves de los pobres".[23] La narrativa terapéutica se opone de manera categórica a esa forma de contar la propia biografía, dado que, precisamente, consiste en "darle" toda la importancia "a la infancia". Por otra parte, Lincoln se niega a adornar la pobreza dándole un significado, pero la narrativa terapéutica consiste precisamente en dar sentido a las vidas comunes como expresión (oculta o abierta) del sufrimiento. Dado que la narra-

22 Foucault, Michel, "Le souci de soi", en *Histoire de la sexualité: Le souci de soi*, vol. III, París, Gallimard, 1994 [trad. esp.: "La inquietud de sí", en *Historia de la sexualidad: la inquietud de sí*, México, Siglo XXI, 1987].

23 Contestación de Lincoln a John L. Scripps, 1860, Centro de la Constitución de los Estados Unidos. Exposición temporaria sobre Abraham Lincoln en el Centro Nacional de la Constitución, Filadelfia.

tiva terapéutica parece ser lo opuesto al espíritu de sacrificio y la renuncia que hasta hace poco dominaba la cultura estadounidense, ¿cómo explicarla entonces?

La narrativa terapéutica tuvo una amplia resonancia cultural por una serie de razones:

1) Aborda y explica emociones contradictorias: amar demasiado o no amar lo suficiente, ser demasiado agresivos o no ser lo suficientemente firmes. En términos de marketing, sería como si se creara un cigarrillo para satisfacer tanto a los fumadores como a los no fumadores, y como si los fumadores de distintas marcas de cigarrillos fumaran los mismos cigarrillos.

2) Esas narrativas usan el modelo cultural de la narrativa religiosa, modelo que es tanto regresivo como progresivo. Es regresivo porque versa sobre hechos del pasado que, por así decirlo, siguen estando presentes y desempeñan un papel en la vida de las personas; y es progresivo porque el objetivo de la narrativa es establecer una redención, que en este caso es la salud emocional. De esta manera, esas narrativas son herramientas muy eficaces de establecimiento de coherencia y continuidad del yo y de construcción de un relato que pueda abarcar distintas etapas del ciclo de la vida.

3) La narrativa nos hace responsables del propio bienestar psíquico, pero lo hace eliminando toda idea de falla moral. De esa manera, permite la movilización de los modelos y los valores culturales de individualismo moral,

de cambio y automejoramiento. Sin embargo, al trasponerlos a la infancia y a familias deficientes, se nos libera de la carga de la culpa por llevar una vida no satisfactoria. Eso, a su vez, permite la constitución de lo que, con David Held, podemos llamar "comunidades de destino", o comunidades de sufrimiento, cuyo mejor ejemplo es el fenómeno del grupo de apoyo.

4) La narrativa es performativa, y en ese sentido es más que una historia: reorganiza la experiencia en el acto de contarla. De la misma manera que los verbos performativos realizan la acción que proponen, los grupos de apoyo proporcionan una estructura simbólica performativa que realiza la propia curación que es el fin y el objetivo de la narrativa. Es en la experiencia de autocambio y en la construcción de esa experiencia que los sujetos modernos experimentan que son competentes en términos morales y sociales.

5) El discurso terapéutico es una estructura cultural contagiosa porque se lo puede duplicar y extender a parientes, nietos y cónyuges. Por ejemplo, la segunda y la tercera generación de las víctimas del Holocausto ya tienen su propio grupo de apoyo por el hecho de que sus abuelos fueron las reales víctimas del Holocausto.[24]

24 Kidron, Carol, "Amcha's second generation Holocaust survivors: A recursive journey into the past to construct wounded carriers of memory", tesis de maestría, Universidad Hebrea de Jerusalén, 1999.

Ello es posible porque se basan en una estructura simbólica que les permite constituir su identidad como sujetos enfermos que deben curarse. De ese modo, la narrativa terapéutica puede activar la continuidad y el linaje familiar.

6) La biografía terapéutica es casi una mercancía ideal: exige poca o ninguna inversión económica. Sólo requiere que la persona nos permita husmear en los rincones oscuros de su psiquis y que esté dispuesta a contar una historia. Narrar y verse transformado por la propia narración son las mercancías que se generan, procesan y luego hacen circular una amplia serie de profesionales (como terapeutas, psiquiatras, médicos y asesores) y medios (revistas femeninas y masculinas, *talk shows*, programas radiales que reciben llamados, etcétera).

7) Por último, lo que tal vez sea lo más importante, yo diría que la narrativa terapéutica surge del hecho de que el individuo está inmerso en una cultura saturada con el concepto de derechos y de que tanto los individuos como los grupos exigen cada vez más que se los "reconozca", es decir, que las instituciones admitan y remedien su sufrimiento.

La narrativa terapéutica se encuentra en la convergencia inestable, débil y conflictiva entre el mercado y el lenguaje de los derechos que satura a la sociedad civil. Lo que está en el centro de esa narrativa es lo

que muchos llamaron el culto de la víctima y la cultura de la queja. Por ejemplo, el experto en leyes Alan Dershowitz lamenta que

> sea virtualmente imposible mirar televisión en el horario diurno sin ver un enjambre de mujeres y hombres llorosos que justifican su fracaso en la vida haciendo referencia a algún maltrato real o imaginario del pasado.[25]

En una línea similar, el crítico de arte Robert Hughes sugiere que nuestra cultura es una "cultura cada vez más confesional, en la que impera la *democracia del dolor*. No todos son ricos y famosos, pero todos sufrieron".[26] Podemos observar manifestaciones de esa tendencia hasta en el pensamiento filosófico. Žižek lo resume cuando destaca que Richard Rorty define al ser humano como "alguien que sufre dolor y, dado que somos animales simbólicos, alguien que puede narrar ese dolor". Žižek agrega que, como somos víctimas potenciales, "el derecho fundamental pasa a ser, como

25 Dershowitz, A., *The abuse excuse: And other cop-outs, sob stories, and evasions of responsibility*, Boston, MA, Little, Brown & Co., 1994, p. 5.

26 Citado en Moore, B., *Reflections on the causes of human misery and upon certain proposals to eliminate them*, Boston, MA, Beacon Press, 1972, p. 17.

señala Homi Bhabha, el derecho a narrar, el derecho a contar la propia historia, a formular la narrativa específica del propio sufrimiento".[27]

El predominio del sufrimiento en las definiciones populares o elitistas de la propia identidad sin duda apunta a uno de los fenómenos más paradójicos de la era posterior a la década de 1980: al mismo tiempo que el discurso del individualismo seguro y triunfante nunca estuvo tan difundido ni fue tan hegemónico, la exigencia de expresar y representar el propio sufrimiento, ya sea en grupos de apoyo, *talk shows*, terapia, tribunales legales y relaciones íntimas, nunca fue tan estridente. ¿Cómo fue, entonces, que esa narrativa se convirtió en nuestra forma principal de expresarnos, de tener un yo, de tener y expresar sentimientos?

Sugiero que las dos exigencias, la de autorrealización y la de sufrimiento, deben considerarse formas institucionalizadas. Para que las ideas guíen la acción, necesitan una base institucional. Mi hipótesis es que el yo es una forma profundamente institucionalizada.[28] Para convertirse en un plan básico de organización del

27 Žižek, Slavoj y Glyn Daly, *Conversations with Žižek*, Cambridge, Polity Press, 2004, p. 111.

28 Meyer, John W., "The self and the life course: Institutionalization and its effects", en A. B. Sørensen, F. E. Weinert y Lonnie R. Sherrod (eds.), *Human development and the life course: Multidisciplinary perspectives*, Hillsdale, NJ, LEA, 1986, p. 206.

yo, una narrativa debe tener una gran cuota de resonancia institucional cultural, es decir que debe convertirse en parte de las operaciones de rutina de las instituciones que manejan en gran medida los recursos culturales y sociales, tales como el Estado o el mercado. A la inversa, las tipificaciones cognitivas como una narrativa del yo deben considerarse instituciones "depositadas" en marcos mentales.[29]

La primera institución, y tal vez la más penetrante, responsable de la consolidación de la terapia en la cultura estadounidense fue el Estado. La masiva adopción del discurso terapéutico por parte del Estado se relacionó con el hecho de que en la posguerra existió una gran preocupación por el tema de la adaptación social y el bienestar,[30] algo que se hizo tangible mediante la creación del Instituto Nacional de Salud Mental en 1946. Tras su creación, la financiación del organismo creció a un ritmo espectacular. Si en 1950 tenía un presupuesto de 8,7 millones de dólares, en 1967 éste era de 315 millones de dólares, lo que indica que la salud y

29 DiMaggio, Paul, "Culture and cognition", *Annual Review of Sociology* 23, 1997, pp. 263-287.

30 Herman, Ellen, *The romance of American psychology: Political culture in the age of experts*, Berkeley, University of California Press, 1995, p. 241. Un ejemplo de esa preocupación por la salud mental fue el hecho de que algunos organismos nacionales como la Dirección de Veteranos se mostraron dispuestos a adoptar nuevos programas de salud mental.

los servicios psicológicos se consideraban de valor y aplicación universales. Ese crecimiento espectacular se relacionaba con el hecho de que el Estado recurría cada vez más a la terapia en muchos de los servicios que ofrecía, tales como el trabajo social, los programas penitenciarios de rehabilitación, la educación y la justicia. Tal como señalaron Michel Foucault y John Meyer de manera diferente pero congruente, el Estado moderno organizó su poder en torno de concepciones culturales y morales del individuo. El discurso psicológico proporcionó uno de los principales modelos para el individualismo que el Estado adoptó y propagó.[31] Esos modelos, tal como señalan Meyer y sus colaboradores, están presentes en la agenda y en el modo de intervención del Estado en distintos ámbitos, tales como la educación, la empresa, la ciencia, la política y los asuntos internacionales.

El Estado, sin embargo, no es el único actor, si bien es el más fuerte, que expandió la forma terapéutica de construcción de los problemas humanos. Los actores de la sociedad civil también impulsaron la narrativa terapéutica.

El feminismo fue una de las formaciones culturales y políticas que adoptó el discurso terapéutico, ya desde

31 Meyer, John, "World society and the nation state", *American Journal of Sociology* 103 (1), 1997, pp. 144-181.

la década de 1920 y con más fuerza en la de 1960, para impulsar la sexualidad como lugar de emancipación (véase la conferencia anterior), y luego en los años de 1980, cuando denunció los efectos opresivos de la familia patriarcal en el maltrato infantil. Al usar la defensa de los niños maltratados, el feminismo halló en la terapia una nueva táctica para criticar a la familia y al patriarcado. Eso, presumo, se debe a que la categoría de "niño maltratado" permitió al feminismo movilizar categorías culturales –como la de niño– que tenían un efecto más amplio y universal.

Una de las feministas que luchó con más ahínco contra el maltrato infantil fue Alice Miller, que, en su influyente *El drama del niño dotado y la búsqueda del verdadero yo*,[32] declaró, siguiendo la lógica terapéutica, que cuando un niño es maltratado, a los efectos de sobrevivir y evitar el dolor intolerable la mente cuenta con un notable mecanismo, el "don" de la "represión", que almacena esas experiencias en un lugar exterior a la conciencia. Miller puso el trauma en el centro de la narrativa de la propia vida e hizo de la represión la explicación del hecho de que cuando llegan a la edad adulta algunos niños maltratados o abandonados no se sienten víctimas del trauma. Tal como en la narra-

32 Miller, Alice, *The drama of the gifted child*, Nueva York, Basic Books, 1981 [trad. esp.: *El drama del niño dotado y la búsqueda del verdadero yo*, Barcelona, Tusquets, 1998].

tiva humanista, Miller consideraba que la autenticidad era el verdadero objetivo al que debía aspirar el yo. Siguiendo la lógica terapéutica, también pensaba que los problemas psíquicos se transmitían de una generación a otra: "Toda persona que maltrata a sus hijos vivió a su vez, de alguna manera, una infancia muy traumática".[33] Las feministas utilizaron la categoría de trauma para criticar a la familia, proteger a los niños, aprobar nueva legislación y para luchar contra la violencia masculina contra mujeres y niños. Al ampliar su crítica política de la familia y adoptar la categoría de "daño emocional", fue inevitable que las feministas se basaran y confiaran cada más vez más en el lenguaje de la psicología.

El tercer grupo que fue instrumental al impulso de la narrativa terapéutica fue el de los veteranos de Vietnam, que usaron la categoría de trauma para recibir beneficios culturales y sociales. En 1980, la Asociación Psiquiátrica de los Estados Unidos reconoció oficialmente la categoría de trauma:

> El establecimiento del PTSD* derivó, en parte, de la presión de los trabajadores del área de salud mental y de los activistas que representaban a los veteranos de la guerra de Vietnam. El diagnóstico de PTSD reconoció y dignificó el sufrimiento psicológico de los veteranos estadounidenses y su recepción ambivalente por parte de una población dividida y cansada de la guerra. Relacionó los síntomas y la conducta de los veteranos con hechos externos tangibles, prometió liberarlos del estigma de la enfermedad mental y les aseguró (por lo menos en teoría) solidaridad, atención médica e indemnización.[34]

33 Miller, Alice, *Banished knowledge: Facing childhood injuries*, Nueva York, Anchor Books, 1990.

* Post-traumatic stress disorder: Trastorno de estrés postraumático. [N. del T.]

Según la lógica epistemológica e institucional del discurso terapéutico, el PTSD se fue aplicando de manera progresiva a una amplia serie de episodios, tales como violaciones, ataques de pánico, accidentes, crímenes, etcétera.

Los últimos actores, y tal vez los más importantes, que ingresaron al terreno del sufrimiento mental fueron la industria farmacéutica y el DSM (*Diagnostic Statistical Manual*), que dio un notable impulso de mercado al campo de la salud mental. El DSM se creó en 1954 y es un manual de diagnóstico que surgió de la necesidad de establecer una relación más estrecha entre el diagnóstico y el tratamiento a los efectos de que los

34 Micale, Mark S. y Paul Lerner (eds.), *Traumatic pasts: History, psychiatry, and trauma in the Modern Age, 1870-1930*, Nueva York, Cambridge University Press, 2001, p. 2.

seguros médicos y otras coberturas pudieran procesar las solicitudes de manera más eficiente. El DSM no sólo se usa ahora en la mayor parte de las clínicas de salud mental, sino que lo utilizan cada vez más "las legislaturas estatales, los organismos reguladores, los tribunales, las comisiones de licencias, las compañías de seguros, las autoridades de bienestar infantil, la policía, etc.".[35] La codificación de las patologías derivó de que la salud mental pasó a estar estrechamente relacionada con la cobertura médica. El DSM –que proporciona los números de código que deben citarse en las solicitudes de reembolso– es el puente que comunica a los profesionales de la salud mental con grandes instituciones de cobertura como Medicaid, el Fondo de Seguridad Social por Discapacidad, los programas de beneficios para veteranos y Medicare.[36] Como señalan Kutchins y Kirk, "el DSM es la contraseña de los psicoterapeutas para el reembolso de las aseguradoras".[37]

Pienso que el principal impacto cultural de las distintas versiones del DSM –sobre todo el DSM II– fue el de extender de manera considerable el espectro de conductas definidas como trastorno mental. En el DSM III, ahora era posible encontrar definidas como trastornos mentales conductas tales como el "negativismo" (código 313.81), definido como "un comportamiento de desobediencia, conducta negativista y oposición provocativa a las figuras de autoridad",[38] o el "trastorno histriónico de la personalidad" (código 301.50), en el que los individuos que padecen ese trastorno son "activos y teatrales y están siempre llamando la atención",[39] o hasta el "trastorno de la personalidad por evitación" (código 301.82), que se caracteriza por "hipersensibilidad al rechazo, la humillación, la vergüenza potenciales. El individuo no quiere formar parte de ningún tipo de relación a no ser que se le den garantías exageradas de aceptación incondicional".[40] Los ejemplos bastan para mostrar cómo el DSM aumentó de manera considerable la categoría del trastorno mental. La creación del DSM coincidió no sólo con los intereses de una amplia variedad de trabajadores clínicos –psiquiatras, psicólogos clínicos, trabajadores sociales– y compañías aseguradoras que aspiraban a una mayor regu-

35 Micale, Mark S. y Paul Lerner (eds.), *op. cit.*, p. 261.

36 *Ibid.*, p. 12.

37 Kutchins, Herb y Stuart A. Kirk, *Making us crazy: DSM: The psychiatric Bible and the creation of mental disorders*, Nueva York, The Free Press, 1997, p. 17.

38 Asociación Psiquiátrica de los Estados Unidos, *Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders (DSM III)*, 3ª ed., Washington, D.C., 1980, p. 63 [trad. esp.: *DSM-III-R: Manual diagnóstico y estadístico de los trastornos mentales*, Barcelona, Masson, 1988].

39 *Ibid.*, p. 313.

40 *Ibid.*, p. 323.

lación del campo de la salud mental, sino también con los intereses de la industria farmacéutica, ansiosa por ingresar al mercado de los trastornos emocionales y mentales. La industria farmacéutica está muy interesada en la expansión de las patologías mentales que pueden tratarse con medicación psiquiátrica.[41] "Para las empresas farmacéuticas, [...] las masas son un enorme mercado virgen, los yacimientos petrolíferos vírgenes de Alaska del trastorno mental".[42] El DSM contribuyó así, deliberadamente o no, a ordenar y clasificar nuevos territorios mentales y de consumo, lo que, a su vez, contribuyó a expandir el mercado de las empresas farmacéuticas.

Creo que tenemos aquí un excelente ejemplo de lo que Latour y Callon llaman un "proceso de traducción": el hecho de que los actores colectivos o individuales trabajan constantemente para traducir su propio lenguaje, sus problemas, identidades o intereses al lenguaje de otros.[43] Las feministas, los psicólogos,

41 Kutchins y Kirk, *op. cit.*, p. 247. Buena parte del análisis del DSM se basa en la afirmación de este libro de que algunas empresas farmacéuticas llegaron a contribuir de manera directa con el desarrollo del DSM.

42 *Ibid.*, p. 13.

43 Un ejemplo de su estudio es sobre cómo los higienistas apoyaron las teorías de los microbios de Pasteur porque eso podía proporcionar una justificación a su lucha contra las disposiciones insalubres. Latour, Bruno, *The pasteurization of*

el Estado y sus ejércitos de trabajadores sociales, académicos que trabajan en el campo de la salud mental, compañías aseguradoras y empresas farmacéuticas "tradujeron" la narrativa terapéutica porque todos, por diferentes motivos, tienen un fuerte interés en impulsar y expandir una narrativa en la que el yo se define en términos patológicos, lo que de hecho impulsa una narrativa de la enfermedad, ya que, a los efectos de estar mejor –el principal producto que se promueve o vende en este nuevo campo–, primero hay que estar enfermo. Así, al mismo tiempo que esos actores impulsaban la salud, la autoayuda y la autorrealización, también por necesidad alentaban y extendían el ámbito de los problemas psíquicos. En otras palabras, la narrativa de autoayuda terapéutica no es, como habrían dicho los estructuralistas, lo opuesto a la "enfermedad" en un par conceptual de opuestos. En lugar de ello, la misma narrativa que impulsa la autoayuda *es* una narrativa de la enfermedad y del sufrimiento psíquico. Como los esquemas culturales pueden extenderse o transponerse a situaciones nuevas, feministas, veteranos, tribunales, servicios estatales y profesionales de la salud mental se apropiaron de los mismos esquemas de enfermedad

France, Cambridge, MA, Harvard University Press, 1988; Callon, Michel, "Some elements of a sociology of translation", en John Law (ed.), *Power, action and belief*, Londres, Routledge & Kegan Paul, 1986, pp. 196-233.

y autorrealización y los tradujeron para organizar el yo, con lo que hicieron de la narrativa de autorrealización una verdadera entidad derrideana que contiene y pone en acto de manera simultánea aquello que quiere excluir: la enfermedad, el sufrimiento y el dolor.

Soy escéptica respecto de la tesis que proponen muchos, entre ellos Philip Rieff, Robert Bellah, Christopher Lash, Philip Cushman o Eli Zaretsky, en el sentido de que el *ethos* terapéutico desinstitucionaliza el yo. Al contrario, rara vez una forma cultural estuvo tan institucionalizada. Por otra parte, contra lo que sostiene Foucault, la narrativa terapéutica no produce placer sino una multiplicidad de formas de sufrimiento. Ahí donde Foucault afirmaba que "inventamos un placer diferente: placer en la verdad del placer, placer en saberla, en exponerla, en descubrirla",[44] yo sostendría que la narrativa terapéutica produjo una multiplicidad de formas de sufrimiento, dado que podemos decir con el antropólogo Richard Schweder que

> la ontología causal del sufrimiento de una persona desempeña un papel en causar el sufrimiento que explica, así como la representación de la gente de

44 Foucault, Michel, *The history of sexuality: An introduction*, Nueva York, Vintage, 1990, p. 71 [la cita corresponde a la edición en español: *Historia de la sexualidad. 1. La voluntad de saber*, México/Madrid, Siglo XXI, 1986, p. 89].

> una forma de sufrimiento puede ser parte del sufrimiento que representa".[45]

En otras palabras, como la principal vocación de la psicología fue aliviar una serie de formas de sufrimiento psíquico a través de un ideal no definido de salud y autorrealización, y como la corriente terapéutica contribuyó a la creación de una memoria personal del sufrimiento, irónicamente crea buena parte del sufrimiento que se supone alivia. Creo que es un error tanto moral como epistemológico incluir esas formas de sufrimiento en el placer sólo porque están entrelazadas con un proyecto de autoconocimiento o autoayuda.

En resumen, no podemos separar las narrativas del sufrimiento de la de autoayuda, y los hilos que las comunican son muchos y contradictorios: la extensión de los derechos humanos a nuevos ámbitos, así como los derechos de los niños y la sexualidad femenina, la mercantilización de la salud mental por parte de las empresas farmacéuticas, la regulación de la profesión psicológica por parte de las compañías aseguradoras, la creciente intervención del Estado como educador en una amplia variedad de ámbitos que van de lo privado a lo público, todo eso constituye la dinámica

45 Schweder, Richard A., "Suffering in style", *Culture, medicine and psychiatry* 12(4), 1988, pp. 479-497, la cita en p. 488.

oculta que explica cómo la narrativa de la víctima tuvo tanta penetración y por qué esa narrativa coexiste sin problemas con una narrativa de autoayuda.

CAMPOS EMOCIONALES, HABITUS EMOCIONAL

Todos esos actores diferentes convergieron en la creación de un campo de acción en el que la salud mental y emocional es la principal mercancía en circulación. Todos contribuyeron a la emergencia de lo que llamo un campo emocional, es decir, una esfera de la vida social en la que el Estado, la academia, distintos segmentos de las industrias culturales, grupos de profesionales acreditados por el Estado y la universidad, el gran mercado de medicamentos y la cultura popular, coincidieron para crear un campo de acción y discurso con sus propias reglas, objetos y límites. La rivalidad entre distintas escuelas de psicología, o la rivalidad entre psiquiatría y psicología, no debe ocultar el hecho de que en última instancia están de acuerdo en definir la vida emocional como necesitada de dirección y control y en regularla según el ideal de salud en constante expansión. Muchos actores sociales e institucionales compiten entre sí por definir la autorrealización, la salud o la patología, con lo que la salud emocional se convierte

en una nueva mercancía que se hace circular y se recicla en lugares económicos y sociales que adoptan la forma de un campo. La narrativa del sufrimiento debería considerarse el resultado de la extraordinaria convergencia entre los diferentes actores ubicados en el campo de la salud mental.

Los campos, nos dice Bourdieu, se mantienen mediante el mecanismo del habitus o "el mecanismo estructurador que opera desde el interior de los agentes".[46] Los campos emocionales no sólo trabajan por medio de la construcción y la expansión del ámbito de lo patológico y mercantilizando el ámbito de la salud emocional, sino también a través de la regulación del acceso a nuevas formas de competencia social que llamaré competencia emocional. De la misma manera que los campos culturales están estructurados por la competencia cultural –la capacidad de relacionar artefactos culturales de manera tal de indicar una familiaridad con la cultura elevada que sanciona la clase alta–, los campos emocionales están regulados por la competencia emocional, o la capacidad de desplegar un estilo emocional que definen e impulsan los psicólogos.

46 Bourdieu, Pierre y Loïc Wacquant, *An invitation to reflexive sociology*, Chicago, University of Chicago Press, 1992 [trad. esp.: *Una invitación a la sociología reflexiva*, Buenos Aires, Siglo XXI, 2005].

Al igual que la competencia cultural, la competencia emocional puede traducirse en un beneficio social, como progreso profesional o capital social. De hecho, para que una forma particular de conducta cultural se convierta en un capital, debe ser convertible a beneficios económicos y sociales; debe poder convertírsela en algo que los agentes puedan usar en un campo, que les dé un derecho de acceso, que los descalifique o que los ayude a obtener lo que está en juego en ese campo.[47] Incluso más que las formas tradicionales del capital cultural –tales como la degustación del vino o la familiaridad con la cultura elevada–, el capital emocional parece movilizar los aspectos menos reflexivos del habitus. Reviste la forma de "disposiciones mentales y corporales perdurables" y es la parte más "corporeizada" de la forma corporeizada del capital cultural.[48]

En el contexto estadounidense, la competencia emocional está más formalizada en el ámbito laboral, y sobre todo en los tests de personalidad que se instituyeron para contratar personal en las empresas. Los tests de personalidad son a las emociones lo que los exámenes académicos al capital cultural, es decir, una manera de sancionar, legitimar y autorizar un estilo emocional específico, el cual, a su vez, fue conformado por la corriente psicoanalítica. Como señalan Betz y Walsh, dos especialistas en estudios de la personalidad, "los conceptos psicoanalíticos y el propio psicoanálisis tuvieron un profundo efecto en el proceso de evaluación".[49] En otras palabras, a pesar de que el espíritu imperante en los tests de personalidad parece estar muy lejos del psicoanálisis, los conceptos psicoanalíticos tuvieron un papel importante en la configuración de las evaluaciones emocionales y de la personalidad como herramientas para reclutar y evaluar el desempeño laboral. La conducta emocional pasó a ser tan importante en el comportamiento económico que cuando el concepto de inteligencia emocional surgió, en la década de 1990, entró de lleno en la empresa estadounidense. Fue un periodista con formación en psicología clínica, Daniel Goleman, quien, con un libro titulado *La inteligencia emocional*, contribuyó a formalizar lo que se había estado gestando en el transcurso del siglo XX: la creación de instrumentos formales de clasificación

47 Bourdieu, Pierre, *La distinction: Critique sociale du jugement*, París, Éditions de Minuit, 1979 [trad. esp.: *La distinción: criterios y bases sociales del gusto*, Madrid, Taurus, 1998].

48 Bourdieu, Pierre, "The forms of capital", en John G. Richardson (ed.), *Handbook of theory and research for the sociology of education*, Nueva York, Greenwood Press, 1986, pp. 241-258, la cita en p. 243.

49 Walsh, Bruce y Nancy Betz, *Tests and assessments*, Englewood Cliffs, NJ, Prentice Hall, 1985, p. 110.

de la conducta emocional y la elaboración del concepto de competencia emocional. Si ese libro prácticamente bastó para convertir el concepto de inteligencia emocional en una idea central de la cultura estadounidense de la noche a la mañana, fue porque la psicología clínica ya había incorporado y naturalizado la idea de que la competencia emocional era un atributo crucial del yo maduro. La inteligencia emocional "es un tipo de inteligencia social que comprende la capacidad de controlar las emociones propias y ajenas, de hacer distinciones entre las mismas y de usar la información para guiar los actos y los pensamientos propios".[50] La inteligencia emocional comprende habilidades que pueden clasificarse en cinco categorías: conciencia de sí, control de las emociones, motivación personal, empatía, manejo de las relaciones. Por medio del concepto de inteligencia emocional, ahora se podían medir las propiedades de un mundo social y cultural que los psicólogos habían transformado a fondo, creando así nuevas formas de clasificar a las personas.

50 Véase Mayer, J. D. y P. Salovey, "The intelligence of emotional intelligence", *Intelligence* 17, 1993, pp. 433-442, la cita en p. 433; véase también Salovey, Peter y John D. Mayer, "Emotional intelligence", *Imagination, cognition, and personality* 9, 1990, pp. 185-211.

Al igual que la noción de CI, la inteligencia emocional es un instrumento de clasificación[51] que permite estratificar a los grupos sociales en función de los roles organizacionales, el progreso y las responsabilidades. Así como el CI servía para clasificar a las personas en el ejército y en el ámbito laboral de modo tal de aumentar la productividad, la IE pronto se convirtió en una manera de clasificar a los trabajadores productivos y menos productivos, esta vez según sus habilidades emocionales y no según las cognitivas. La IE se transformó en un instrumento de clasificación en el ámbito laboral y se la usó para controlar, predecir y mejorar el desempeño. De esa manera, el concepto de inteligencia emocional lleva el proceso de conmensuración de las emociones (analizado en la primera conferencia) a su máximo objetivo y las convierte en categorías que pueden jerarquizarse, clasificarse y cuantificarse. Por ejemplo, el autor de un artículo empresario señala:

> Se evaluó a los socios experimentados de una firma consultora multinacional sobre la base de las competencias de IE y otras tres. Los que obtuvieron un puntaje por encima del promedio en nueve o más

51 Fass, Paula S., "The IQ: A cultural and historical framework", *American Journal of Education* 4, 1980, pp. 431-458.

> de las veinte competencias generaron ganancias 1,2 millones de dólares superiores a las de los otros socios, lo que constituye una ventaja del 139%.[52]

De la misma manera que el aumento de credenciales se vio acompañado de nuevas formas e instrumentos de clasificación en torno del concepto de inteligencia (lo que dio lugar al famoso CI, que, a su vez, sirve para clasificar y jerarquizar diferentes posiciones sociales), el capitalismo emocional que describo da lugar al concepto de inteligencia emocional e introduce nuevas formas de clasificación y distinción. Al convertir la personalidad y las emociones en nuevas formas de clasificación social, los psicólogos no sólo contribuyeron a hacer del estilo emocional una divisa social –un capital–, sino que también articularon un nuevo lenguaje de personalidad para obtener ese capital. Por ejemplo:

> En L'Oreal, los agentes de ventas seleccionados sobre la base de determinadas competencias emocionales superaban en mucho a los vendedores seleccionados por medio del procedimiento de selección anterior de la empresa. En el lapso de un año, los vendedores seleccionados según la competencia emocional

52 Cherniss, Cary, "The business case for emotional intelligence", <http://www.eiconsortium.org/research/business_case_for_ei.htm>.

> vendieron 91.370 dólares más que los otros vendedores y generaron un aumento neto de ganancias de 2.558.360 dólares. Los vendedores seleccionados según la competencia emocional también tuvieron una rotación un 63% inferior durante el primer año que aquéllos seleccionados con el método tradicional.[53]

El ejemplo no sólo es elocuente porque demuestra que la competencia emocional se convirtió de hecho en un criterio formal para el reclutamiento y el ascenso de personas en el ámbito laboral, sino también porque confirma que las formas emocionales de capital pueden convertirse en formas monetarias.

La inteligencia emocional no sólo es el tipo de competencia necesaria en una economía en la que la representación del yo es crucial para el desempeño económico, sino que también es el resultado del proceso de intensa profesionalización de los psicólogos, que históricamente tuvieron un éxito extraordinario en lo relativo a proclamar el monopolio de la definición y las reglas de la vida emocional, y que establecieron así nuevos criterios para manejar y cuantificar la vida emocional. Tener inteligencia emocional pasó a ser prerrogativa de una clase profesional responsable del manejo

53 <http://www.managementconnection.com/resilience_ei_business_case.html>.

de las emociones –sobre todo de las nuevas clases medias–, y ser competente en términos emocionales consiste en dar muestras de las habilidades emocionales y cognitivas en las cuales los psicólogos clínicos son los virtuosos. La inteligencia emocional refleja especialmente bien el estilo emocional y la disposición de las nuevas clases medias que están ubicadas en puestos intermedios, es decir, que controlan y son controladas, cuyas profesiones exigen un cuidadoso manejo del yo, que dependen del trabajo en equipo y que deben usar su yo de manera creativa y productiva. La inteligencia emocional es entonces una forma de habitus que permite la adquisición de una forma de capital situada en la articulación entre capital cultural y social. Es cultural porque, como sugirió Bourdieu (sin teorizarlo), los modos y códigos de evaluación cultural tienen una tonalidad o un estilo emocional (como cuando Bourdieu se refiere a "indiferencia" o a "identificación participatoria"). El propio estilo y las propias actitudes emocionales, al igual que el gusto cultural, definen la identidad social.[54] Es social porque las emociones son el elemento que constituye las interacciones sociales y las transforma. Si el capital cultural es crucial como señal de estatus, el estilo emocional es crucial para la forma en que las personas adquieren redes, tanto fuertes como débiles, y construyen lo que los sociólogos llaman capital social, es decir, los modos en que las relaciones personales se convierten en formas de capital, tales como progreso en la carrera o aumento de la riqueza.[55] Ese capital adquirió especial prominencia en una forma de capitalismo que puede caracterizarse, según la expresión de Luc Boltanski, como "conexionista". Según señala, en el capitalismo conexionista, el habitus de clase de las clases dominantes ya no puede depender de su propia intuición. Ese habitus tiene que saber cómo establecer relaciones entre personas que están lejos de sí, no sólo en el plano geográfico sino también en el social.[56]

54 Sin embargo, en la medida en que el capital cultural, por lo menos en el sentido de Bourdieu, significa acceso a un corpus establecido de creaciones artísticas identificadas como "cultura elevada", la inteligencia emocional no califica como subespecie de capital cultural.

LA PRAGMÁTICA DE LA PSICOLOGÍA

Sería tentador poner fin al análisis en este punto, con la conclusión construccionista de que el mundo social

55 Portes, Alejandro, "Social capital: Its origins and applications in modern sociology", *Annual Review of Sociology* 24, 1998, pp. 1-24.

56 Boltanski, Luc y Eve Chapiello, *Le nouvel esprit du capitalisme*, París, Gallimard, 1999, p. 176.

está constituido por luchas sociales, y de que lo que está en juego en los campos sociales es, como Bourdieu afirmó reiteradamente, arbitrario. Sin embargo, pienso que detener el análisis en el momento constructivista no es satisfactorio. Siguiendo los pasos del pragmatismo, debemos preguntarnos por qué algunos sentidos "funcionan". Para ser eficaz, un discurso tiene que lograr determinadas cosas para las personas que creen en él y lo utilizan. Un discurso seguirá funcionando y circulando si "logra" ciertas cosas que "funcionan" en la vida cotidiana de las personas. Permítanme preguntar, entonces: ¿Qué logra la competencia emocional terapéutica?

Si consideramos que las relaciones íntimas –comprendidos amantes, cónyuges e hijos– son *una esfera de acción y sentido por derecho propio*, así como un recurso social y cultural para contribuir a que las personas obtengan bienestar, podemos preguntar por las formas simbólicas y culturales que aseguran el acceso a tales esferas de bienestar. Esa proposición es contraria al paradigma convencional de la sociología de la dominación que, por lo general, interpela a distintas formas de capital en el contexto de terrenos competitivos y se siente más incómoda en lo relativo a abordar el bienestar o la familia como formas de bienes por derecho propio. Por ejemplo, la teoría de la reproducción social de Bourdieu aborda la familia como una

institución que en última instancia está subordinada a la estructura social. En la teoría de la reproducción simbólica, la familia es la institución que incorpora las primeras disposiciones invisibles que luego se convertirán en opciones prácticas en los campos competitivos de la lucha social. Sin embargo, como sugirieron de manera tan convincente Michael Walzer[57] y una teórica feminista como Susan Okin, una teoría de la justicia debería dar cuenta de y respetar los valores de cada esfera de la vida y distinguir entre los bienes en juego en el mercado y aquellos que están en juego en, por ejemplo, la familia.

Si abordamos la familia y la intimidad como esferas autónomas de sentido y acción, podemos entonces analizarlas como *bienes morales* en los que el contenido de *personalidad y bienestar* está en juego. Por lo tanto, si invertimos el modelo de Bourdieu y preguntamos por las formas en que determinadas profesiones socializan a sus hijos según determinado habitus emocional, lo que a su vez contribuirá a que éstos alcancen formas particulares de *eudaimonia* (felicidad, bienestar) en el ámbito de las relaciones íntimas, entonces podemos preguntar por las maneras en que la inti-

57 Walzer, Michael, *Spheres of justice: A defense of pluralism and equality*, Oxford, Martin Robertson, 1983 [trad. esp.: *Las esferas de la justicia: una defensa del pluralismo y la igualdad*, México, FCE, 1993].

midad o la amistad, como otras formas de bienes, *se* distribuyen y asignan socialmente.

Permítanme ilustrar lo que quiero decir con una entrevistada, que es editora, tiene un doctorado en literatura inglesa de una importante universidad del Medio Oeste y está casada desde hace cuatro años con un profesor de filosofía:

ENTREVISTADOR: ¿Tiene emociones negativas?

[Silencio].

ENTREVISTADOR: No tiene que contestar si no quiere hacerlo.

ENTREVISTADA: Bueno, no estoy segura de que deba decirlo.

ENTREVISTADOR: Depende por completo de usted.

ENTREVISTADA: Bueno... soy celosa. Soy muy celosa. Y sé en qué se origina. Se origina básicamente en que mi padre abandonó a mi madre por otra mujer y en que crecí con una madre que me decía una y otra vez que no confiara en los hombres.

ENTREVISTADOR: ¿Eso tiene algún efecto en su relación con su esposo?

ENTREVISTADA: Sí, claro que sí. Puedo ser muy celosa, muy posesiva, y sentirme realmente amenazada por otras mujeres. El otro día estábamos cenando con unos amigos y una le preguntó a Larry [su esposo] si había estado en la India. Él contestó que sí, pero no quiso hablar de ello, ya que había estado ahí con una amiga y sabía que me molestaría hablar de eso. Por eso no quiso que hablara de eso, pero ella siguió haciéndole preguntas, hasta que le dije: "Oye, no quiere hablar de eso. Estuvo ahí con una amiga, y eso me molesta". Larry y yo tuvimos problemas por ese tema.

ENTREVISTADOR: ¿Hizo algo al respecto?

ENTREVISTADA: Sí... Sólo hablar. Hablamos mucho tiempo de eso. Los dos nos conocemos muy bien; a los dos nos interesan mucho el psicoanálisis y la terapia; de modo que hablamos mucho de eso y lo analizamos. De modo que todo lo que hicimos fue hablar de eso, entenderlo, y él me dijo una y otra vez que me amaba y que no me dejaría por otra mujer. Y pienso que el hecho de que pudimos hablar de nuestros sentimientos y entenderlos es lo que nos permitió salir adelante.

Esta pareja de alto nivel de educación muestra lo que llamé "competencia emocional" (que la corriente psicológica denomina "inteligencia"), es decir, conocimiento de sí, capacidad de identificar sentimientos, hablar de los mismos, tener empatía con la posición de la otra persona y encontrar soluciones a un problema. El lenguaje terapéutico y la inteligencia emocional de esa pareja son recursos culturales "reales", no porque entiendan la "verdadera" naturaleza de sus pro-

blemas emocionales, sino porque pueden utilizar una estructura cultural común para dar sentido a sus emociones problemáticas y ponerlas "a trabajar" mediante la producción de una narrativa de sufrimiento y de autoayuda, algo que ambos pueden compartir y capitalizar para mejorar su intimidad.

En otras palabras, la competencia emocional no sólo es una forma de capital que puede convertirse en capital social o en progreso en la esfera laboral, sino que también puede ser un recurso para ayudar a la gente común de clase media a alcanzar una felicidad común en la esfera privada. Comparemos esa respuesta con la de un hombre de clase trabajadora, Georges, un portero de 50 años:

> ENTREVISTADO: ... y la segunda [esposa], ella me abandonó a mí, no yo a ella. Dije que yo la había abandonado, pero no lo hice. Ella me dejó. Un día volví a casa de trabajar a las dos de la mañana y se había llevado muchas cosas que no debió llevarse sin decirme nada. Tendría que haberle dicho...
>
> ENTREVISTADOR: ¿Y no le dijo nada antes que indicara que se iría?
>
> ENTREVISTADO: No. No.
>
> ENTREVISTADOR: ¿Cómo explica que se haya ido?
>
> ENTREVISTADO: Se fue. Y no me dijo nada. Es en lo único que puedo pensar. [Más adelante en la entrevista] Cuando se fue... después de la primera conmoción, y no fue tanto la conmoción de que se hubiera ido, sino la conmoción por lo que había hecho. Eso es lo que más me molesta, más que cualquier otra cosa.
>
> ENTREVISTADOR: ¿Qué fue lo que hizo?
>
> ENTREVISTADO: Bueno, mm, bueno, mm, bueno, el hecho de que no se sentó a hablar conmigo. Me podría haber dicho algo. Me habría sentido mucho mejor si me lo hubiera dicho, si me dice: "George, mm, no estoy satisfecha con la situación y me voy a ir". Me habría gustado que me lo dijera de frente, porque así es como se hace. Yo le dije muchas veces que no estaba contento y mm, bueno...
>
> ENTREVISTADOR: ¿Y qué le dijo ella?
>
> ENTREVISTADO: No sé. No sé.
>
> ENTREVISTADOR: No sabe. ¿Y qué es lo difícil de que ella se haya ido sin decírselo?
>
> ENTREVISTADO: Me hace sentir que puedo confiar en muy pocas mujeres, o en nadie, porque una vez que uno duerme con alguien todas las noches y de pronto un día vuelve a casa... es un sentimiento horrible. Es como decir: "Te dejé entrar en mi casa y luego devastaste los sesenta años que llevo sobre la tierra". Es que irse como se fue... Llego de trabajar y alguien entró en la casa y se llevó muchas cosas. Trabajé mucho para tener esas cosas, ¿entiende? Es un sentimiento

devastador. Sí. Esas dos –cuando retiré las coronas de flores del hospital y me dijeron que mi esposa había muerto en un accidente de auto– esas fueron las dos conmociones más grandes de toda mi vida.

Lo que llama la atención aquí es el hecho de que ese hombre no pueda usar ningún marco explicativo para racionalizar y reconciliarse con su dolor por el abandono. Experimentó la partida de su esposa como una conmoción inexplicable, tanto más fuerte y dolorosa porque no podía darle un sentido. Al yuxtaponerlos, los dos ejemplos muestran que el modelo terapéutico de comunicación no es, como habrían dicho los construccionistas sociales, una táctica para hacernos "disciplinados", "narcisistas" o dependientes de los intereses de los psicólogos. El modelo terapéutico es "bueno para" interpretar la naturaleza volátil de la personalidad y de las relaciones sociales en la modernidad tardía. Es "bueno para" estructurar biografías divergentes, proporcionar una tecnología para reconciliar la individualidad con las instituciones en las que opera, para manejar las fracturas que pasaron a ser inherentes a las biografías modernas y, lo que tal vez sea más importante, para preservar la posición del yo y su sentido de seguridad, que se hizo más frágil precisamente por el hecho de que el yo es algo que los demás representan, evalúan y validan todo el tiempo. Como señala Richard

Sennett: "El problema al que nos enfrentamos es cómo organizar nuestra vida personal ahora, en un capitalismo que dispone de nosotros y nos deja a la deriva".[58]

Si el modelo terapéutico es tan penetrante, no lo es –o por lo menos no sólo– porque sirva a los intereses de muchos grupos e instituciones diferentes, sino también porque moviliza los esquemas culturales de personalidad competente y contribuye a ordenar la estructura caótica de las relaciones sociales en la modernidad tardía. El hecho de demoler las formas en que las instituciones usan la psicología no debe hacer que los sociólogos olvidemos el papel que ésta desempeña en una economía de problemas personales. Si no queremos que la psicología nos haga vacilar, tenemos que tratar de reformular una crítica de las injusticias sociales preguntando por las formas en que el acceso al saber psicológico puede estratificar diferentes formas de personalidad.

CONCLUSIÓN

Permítanme hacer una conclusión, de alguna manera paradójica, con Freud y no con Marx. En sus *Leccio-*

58 Sennett, Richard, *The corrosion of character: The personal consequences of work in the new capitalism*, Nueva York/Londres, Norton, 1998, p. 117 [la cita corresponde a la edición en español: *La corrosión del carácter. Las consecuencias personales del trabajo en el nuevo capitalismo*, Barcelona, Anagrama, 2000, p. 123].

nes introductorias al psicoanálisis, Freud imagina una casa dividida en "sótano" y "primer piso". La hija del cuidador vive en el sótano y la hija del dueño vive en el primer piso.[59] Freud imagina que, en el pasado, las dos niñas realizaban juegos sexuales. Pero Freud nos dice que se desarrollarán de modos muy diferentes: la hija del cuidador, que no considera que jugar con los genitales tenga importancia, saldrá ilesa, y Freud llega incluso a imaginar que puede convertirse en una actriz exitosa y, finalmente, en una aristócrata. La hija del dueño, en cambio, que aprendió a muy temprana edad los ideales de la pureza y la abstinencia femeninas, pensará que su actividad sexual infantil es incompatible con esos ideales, por lo que se sentirá culpable, se refugiará en la neurosis, no se casará y, dados los prejuicios del propio Freud y sus contemporáneos, podemos pensar que llevará la vida solitaria de una solterona. Así, sugiere que el destino social de las dos niñas está entrelazado con su desarrollo psíquico, que la neurosis o su ausencia determinarán la trayectoria social de cada una de las mujeres. Freud señala que los miembros de

59 Freud, Sigmund, "Introductory lectures on psychoanalysis, Part III", en J. Strachey (ed.), *The standard edition of the complete psychological works of Sigmund Freud*, Londres, Hogarth Press, 1963, pp. 352-353 [trad. esp.: "Conferencias de introducción al psicoanálisis (Parte III)", en *Obras completas*, Buenos Aires, Amorrortu, 1979, t. XVI].

clases sociales diferentes tienen acceso a recursos emocionales diferentes, si no desiguales, y que las clases bajas están, por así decirlo, mejor pertrechadas que la clase media porque es precisamente su falta de inhibición sexual lo que evitará que surja una neurosis y, a su vez, ayudará a la hija del cuidador a lograr una movilidad social ascendente.

Freud hace una afirmación compleja e interesante sobre la relación entre las trayectorias social y psíquica. Destaca *ciertas* relaciones entre las emociones y la posición social: indica no sólo que la clase determina las emociones, sino que las emociones también pueden desempeñar un papel invisible pero poderoso en lo relativo a perturbar las jerarquías de clase y en la movilidad social. Al sugerir que la moralidad de las emociones de la clase media –que era funcional a la esfera laboral capitalista (porque hay que aprender la renuncia y el autocontrol)– es incompatible con un desarrollo emocional y personal exitoso, Freud nos dice que la dominación de los ámbitos social y económico por parte de la clase media y la clase media alta en última instancia puede ir en detrimento no sólo de la realización y la felicidad, sino de su capacidad de reproducirse.

Por supuesto, no tenemos por qué creerle a Freud, y bien podemos sospechar que trataba de inducir en la clase media el temor a una movilidad descendente

para expandir el campo de acción del psicoanálisis. Sin embargo, sus observaciones tienen elementos sociológicos muy interesantes, sobre todo la afirmación de que, junto a la jerarquía estándar de bienes materiales y simbólicos, puede haber otra jerarquía emocional que podría interrumpir y hasta enfrentar la jerarquía convencional de privilegios. Pero entonces, y ésa es, si se quiere, la aguda ironía, si bien podría haber un momento histórico en que gracias a su apertura emocional la hija del cuidador podría tener éxito donde la hija del dueño hubiera fracasado, Freud y la corriente terapéutica crearon un mundo en el que la hija del dueño vuelve a tener muchas más ventajas que la hija del cuidador. No se trata sólo de ventajas en el sentido socioeconómico convencional que conocemos, sino también en el sentido emocional, ya que, al haberse convertido en propiedad del ámbito laboral de la clase media, el *ethos* terapéutico hace que hombres y mujeres se muestren mucho más dispuestos y sean capaces de soportar las contradicciones, tensiones e incertidumbres que pasaron a ser un elemento intrínseco de las biografías y las identidades contemporáneas, de cuya estructura forman parte.[60] La hija del dueño tiene ahora

60 Beck, Ulrich, *The normal chaos of love*, Cambridge, Polity Press, 1995 [trad. esp.: *El normal caos del amor: las nuevas formas de la relación amorosa*, Barcelona, Paidós Ibérica, 2001].

más probabilidades de tener una madre y un padre muy versados en métodos psicológicos de educación, y seguramente pasó por una terapia de algún tipo, lo que indica que adquiere el habitus emocional con el que competirá con éxito en el mercado económico y matrimonial. Queda por analizar lo que eso significa para nuestra comprensión de la relación entre vida emocional y clase social, pero sin duda sugiere que el capitalismo nos hizo rousseaunianos con saña: no sólo en el sentido de que los campos emocionales de acción llevaron a una exposición y una narración públicas de la identidad, no sólo en el sentido de que las emociones se convirtieron en instrumentos de clasificación social, sino también en el sentido de que ahora hay nuevas jerarquías de bienestar emocional, entendido como la capacidad de lograr formas social e históricamente situadas de felicidad y bienestar.

3
Redes románticas*

Permítanme comenzar *in media res*, con una película que fue muy popular en su momento, *Tienes un e-mail.* El filme de Nora Ephron, de 1999, es la historia de la propietaria de una librería infantil –Kathleen Kelly– que tiene un novio en la vida real pero también un romance platónico en Internet. No conoce a su amigo cibernético, pero los espectadores conocen a ambos. Así, cuando Joe Fox (Tom Hanks), propietario de una megalibrería al estilo de Barnes and Noble, pone fuera de competencia a Kathleen Kelly (Meg Ryan), nosotros, los espectadores, sabemos que los dos enemigos son en realidad los mejores amigos románticos de la Web. La película se desarrolla según el género de la comedia y los dos protagonistas interpretan su mutuo desagrado, que se convierte en una atracción renuente hasta que terminan por rendirse al amor. Sin embargo, lo que hace que el filme sea una comedia romántica de Inter-

* Esta conferencia fue escrita en colaboración con Nick John.

net es el hecho de que cuando se enfrenta a la opción entre Joe Fox (por el que se sintió atraída y que sabemos le gusta) y su novio online, Meg Ryan elige a este último (sin saber que son la misma persona). Por supuesto, todo termina bien cuando ella descubre que el amante cibernético y aquel por el que se sintió atraída en la vida real son la misma persona. El punto de todo esto es simple: en la película, el yo de Internet parece más auténtico, genuino y compasivo que el yo social público, que parece más propenso a temer a los demás, a adoptar actitudes defensivas y al engaño. A diferencia del romance de Internet, en el curso del cual ambos se revelan mutuamente sus debilidades ocultas y su verdadera generosidad, en la "vida real" tanto Joe Fox como Kathleen se muestran su peor yo, presuntamente falso.

A primera vista es sorprendente. Como pregunta un investigador de Internet: "¿cómo [pueden] llegar a existir relaciones románticas interpersonales en esta matriz global de computadoras aparentemente inanimada e impersonal?".[1]

La respuesta que da la película es simple: lo que hace que el romance de Internet sea tan superior a las relaciones de la vida real es el hecho de que el romance cibernético anula el cuerpo, lo que permitiría una expresión más completa del yo auténtico. Es evidente que Internet se presenta como una tecnología descorporizadora, y en sentido positivo, ya que la película se basa en la idea de que el yo se revela mejor y con más autenticidad cuando se lo presenta fuera de las limitaciones de las interacciones corporales. Esta idea, a su vez, es congruente con un "discurso utópico central en torno de la tecnología de la computación", que se concentra en

> [...] el potencial que ofrecen las computadoras para que los seres humanos escapen del cuerpo. [...] En la cultura cibernética, la corporalidad suele representarse como una barrera desafortunada a la interacción con los placeres de la computación. [...] En la escritura cibernética, suele referirse al cuerpo como la "carne", la carne muerta que rodea a la mente activa que constituye el yo "auténtico".[2]

Según esa posición, el cuerpo –o, mejor dicho, su ausencia– permite que las emociones surjan de un yo más

1 Véase Merkle, Erich R. y Rhonda A. Richardson, "Digital dating and virtual relating: Conceptualizing computer mediated romantic relationships", *Family Relations* 49, 2000, pp. 187-192, la cita en p. 187.

2 Lupton, Deborah, "The embodied computer/user", en Mike Featherstone y Roger Burrows (eds.), *Cyberspace, cyberbodies, cyberpunk: Cultures of technological embodiment*, Londres, Sage, 1995, pp. 97-112, la cita en p. 100.

auténtico y fluyan hacia un objeto más valioso: el verdadero yo descorporizado de otro. Sin embargo, si ése es el caso, desde el punto de vista de una sociología de las emociones supondría un problema especial porque las emociones en general y el amor romántico en particular están anclados en el cuerpo. Palmas sudorosas, un corazón acelerado, mejillas enrojecidas, manos temblorosas, puños crispados, lágrimas, tartamudeo, son sólo algunos ejemplos de las formas en que el cuerpo está profundamente involucrado en la experiencia de las emociones, y del amor en especial. Si ése es el caso, y si Internet anula o suspende el cuerpo, ¿cómo puede entonces dar lugar a emociones? Para plantearlo con más exactitud, ¿cómo hace la tecnología para rearticular la corporalidad y las emociones?

ROMANCES EN INTERNET

Los sitios web de citas cobraron gran popularidad y se convirtieron en empresas rentables. Para 1999, uno de cada doce adultos solos de los Estados Unidos había tratado de buscar pareja online[3] y el sitio estadounidense match.com, que se creó en 1995, aseguraba que

3 Stoughton, Stephanie, "Log on, find love", *The Boston Globe*, 11 de febrero de 2001.

tenía más de 5 millones de usuarios registrados y recibe más de 12 millones de visitas diarias.[4] No hay datos exactos disponibles, pero parecería que tan sólo en los Estados Unidos entre 20 y 40 millones de personas por mes visitan sitios web de citas,[5] entre ellas 1 millón de más de 65 años.[6] Dado que los paquetes mensuales tienen un costo de alrededor de 25 dólares, el romance online es también un negocio lucrativo. De hecho, para el tercer trimestre de 2002, los sitios de citas se convirtieron en la principal categoría de contenidos pagos online con ganancias de más de 300 millones de dólares anuales. En el contexto general de la economía de Internet, los sitios de citas y la publicidad online son grandes fuentes de dinero. En el tercer trimestre de 2002 tuvieron ganancias de 87 millones de dólares, lo que significa un 387% más que en el mismo trimestre del año anterior.[7]

4 En la actualidad, el sitio web de match.com proclama que 89.000 personas encontraron el amor de su vida por medio del sitio y que tienen más de doce millones de usuarios en 246 países con dieciocho lenguas diferentes. El sitio rival, matchnet.com, asegura que cuenta con 9,5 millones de miembros activos.

5 Brooks, David, "Love, internet style", *New York Times*, 8 de noviembre de 2003; Wexler, Kathryn, "Dating websites get more personal", *The Miami Herald*, 20 de enero de 2004.

6 Saillart, Catherine, "Internet dating goes gray", *LA Times*, 19 de mayo de 2004.

7 Davies, Jennifer, "Cupid's clicks", *San Diego Union Tribune*, 10 de febrero de 2002.

En esta conferencia voy a centrarme en los sitios que proclaman que ayudan a la gente a encontrar relaciones estables, ya que no me interesan tanto los sitios que tienen una orientación explícitamente sexual, por la simple razón de que lo que me interesa es precisamente la articulación de tecnología y emociones.[8]

ENCUENTROS VIRTUALES

¿Cómo interactúa el yo con un sitio web de citas? ¿Cómo se llega a conocer a otros virtuales? Para poder acceder a la enorme reserva de posibles parejas disponibles, muchos sitios exigen que se llene un cuestionario llamado "perfil". Como proclama un sitio: "El objetivo es brindarle herramientas adicionales para contribuir a definir una afinidad emocional e ir más allá del mero plano físico".[9] En el popular sitio web eHarmony.org, el sitio web de citas que crece con mayor rapidez, el cuestionario que contribuirá a la construcción del perfil no sólo está diseñado por un psicólogo, sino que también está patentado. En otras palabras, la tecnología de Internet se basa en un uso intensivo de categorías psicológicas y de presunciones sobre cómo entender el yo y cómo construir una sociabilidad por medio de la compatibilidad emocional. Así, eHarmony se jacta de ser diferente de

> todo lo que usted haya experimentado antes. [...] Nuestro Perfil de Personalidad [...] contribuye [...] a que usted sepa más de sí mismo y de su pareja ideal, y nos permite relacionarlo con personas muy compatibles.

El creador del sitio es un psicólogo clínico, el doctor Neil Clark Warren, que asegura que cuenta con pruebas científicas (relativas a la personalidad, la forma de vida, la salud emocional, el manejo de la ira, la pasión sexual, etc.) que le permiten predecir matrimonios exitosos. Una vez que se contesta cerca de quinientas preguntas, se está listo para pagar la tarifa de inscripción e iniciar la búsqueda de un perfil compatible. El "perfil" es entonces la versión digital de quiénes somos. Es ese perfil psicológico el que se relacionará con los de otras personas que puedan ser compatibles.

Así, a los efectos de conocer a un otro virtual, se le exige al yo que pase por un vasto proceso de auto-

8 Entrevisté aproximadamente a quince israelíes y diez estadounidenses a los fines de esta investigación. Si bien hay diferencias culturales obvias entre las dos muestras, me llamó la atención la extraordinaria convergencia en el uso y el significado de los sitios web de citas.

9 Silverstein, Judith y Michael Lasky, *Online dating for dummies*, Nueva York, Wiley, 2004, p. 109.

observación reflexiva, introspección, autoclasificación y articulación de gustos y opiniones. Por ejemplo, match.com hace que el usuario construya su yo por medio de las siguientes categorías posibles. La sección sobre "tu aspecto" comprende descripciones detalladas de los ojos (hay ocho posibilidades para describir el color de los ojos), el pelo (trece posibilidades, por ejemplo, "trenzado", "con permanente", "batido" y "suelto"), tatuajes y una categoría sugestiva llamada "jáctate un poco: ¿cuál es tu mejor parte?" (ombligo, piernas, labios, etc.). La segunda categoría contiene "mis intereses", con subtítulos como "¿qué haces cuando quieres divertirte?", "¿qué lugares de tu localidad prefieres frecuentar y cuáles son tus destinos de viaje favoritos?", "tus cosas favoritas", "¿cómo describirías tu sentido del humor?" y "¿qué tipo de deportes y ejercicio te gustan?". Otra sección se llama "¿qué intereses te gustaría compartir con otros miembros?". La sección sobre estilo de vida contiene preguntas muy detalladas sobre dieta, rutina de ejercicio, si se fuma o no, bebidas, si se tiene hijos o si se los quiere tener, si nos gustan una amplia variedad de mascotas tales como pájaros, gatos, perros, peces, mascotas exóticas, pulgas, gerbos. Otra sección se relaciona con los "valores". Eso comprende un detallado cuestionario sobre fe y práctica religiosa y convicciones políticas. Otra sección comprende una serie de preguntas sobre la pareja deseada (se repiten

las preguntas referidas al aspecto, la educación, la religión, la política, los hábitos en lo relativo a fumar y beber, etc.). Por otra parte, también puede haber preguntas como "¿qué te excita y qué te produce rechazo?" (con posibles respuestas como "piercings", "cabello largo", "erotismo", "dinero", "tormentas" o "poder").

En resumen, en los sitios web de citas se nos exige simultáneamente que nos describamos de manera objetiva y que resumamos y refinemos, en la fantasía, los propios ideales (en cuanto a amor, pareja y estilo de vida).

Esos procesos de autopresentación y búsqueda de una pareja se basan en la corriente psicológica en por lo menos tres sentidos. En primer lugar, el yo se construye descomponiéndolo en categorías discretas de gustos, opinión, personalidad y temperamento, y así se lo hace buscar a otro sobre la base de la idea y la ideología de la compatibilidad emocional y psicológica. Un encuentro exige una gran cuota de introspección y la capacidad de articular el perfil psicológico propio y el de otro.

En segundo término, el acto de subir un perfil a la web hace que Internet, al igual que otras formas culturales psicológicas como los *talk shows* y los grupos de apoyo, convierta el yo privado en una representación pública. Para decirlo con más exactitud, Internet hace que el yo privado se vuelva visible y que se des-

pliegue públicamente ante una audiencia abstracta y anónima que, sin embargo, no es un público (en el sentido habermasiano del término) sino más bien un conjunto de yo privados. En Internet, el yo *psicológico privado* se convierte en una representación pública.

Por último, al igual que buena parte de la corriente psicológica, Internet contribuye a una textualización de la subjetividad (como se analizó en la primera conferencia), es decir, a un modo de autoaprehensión en el que el yo se externaliza y objetiva a través de medios visuales de representación y lenguaje.

Eso, a su vez, tiene cuatro consecuencias obvias. A los efectos de conocer a otra persona, hay que concentrarse intensamente en uno mismo, en la propia percepción de sí, así como en el propio ideal y en el ideal del otro. Puede decirse, entonces, que los sitios web de citas agudizan nuestro sentido de singularidad. La segunda consecuencia es que se invierte el orden en el que las interacciones románticas se condujeron tradicionalmente: si la atracción suele preceder al conocimiento de otra persona, aquí el conocimiento precede a la atracción, o por lo menos a la presencia física y a la corporización de las interacciones románticas.[10] En las circunstancias actuales de Internet, primero se

10 Ben-Zeev, Aharon, *Love online: Emotions on the internet*, Cambridge, Cambridge University Press, 2004.

aprehende a las personas como un conjunto de atributos y sólo después se aprehende –en etapas progresivas– la presencia corporal del otro.

La tercera consecuencia es que el encuentro se organiza bajo la égida de la ideología liberal de la "elección". No conozco ninguna tecnología que haya radicalizado de manera tan extrema el concepto del yo como "elector" y la idea de que el encuentro romántico debe ser resultado de la mejor elección posible. El encuentro virtual se organiza literalmente en la estructura del mercado.

Por último, Internet coloca a cada persona que busca a otra en un mercado abierto de competencia con otras. Cuando se ingresa al sitio, de inmediato se queda en situación de competir con otros que podemos ver. La tecnología de Internet ubica así al yo de manera contradictoria: hace que efectuemos una profunda introspección, es decir que exige una concentración sobre sí a los efectos de plasmar y comunicar su esencia única, en forma de gustos, opiniones, fantasías y compatibilidad emocional. Por otro lado, Internet también hace del yo un producto en exhibición pública. El proceso de búsqueda de una pareja a través de Internet es al mismo tiempo la conjunción de un intenso subjetivismo –que adopta una forma psicológica– y una objetivación del encuentro por medio de la tecnología y de la estructura de mercado del sitio, lo que, a su vez, re-

presenta un significativo alejamiento de la tradición del amor. Eso es lo que quiero explorar ahora.

LA AUTOPRESENTACIÓN ONTOLÓGICA

Warren Susman consideró que el comienzo del siglo XX fue un momento decisivo en lo relativo a las formas en que el yo se negociaba y presentaba. Al contrastar "personalidad" y "carácter", Susman sugiere que por primera vez el yo era algo a montar y manipular en aras de causar una impresión y manejar la impresión. En su opinión, la cultura del consumo y la industria de la moda desempeñaron un papel importante en la acentuación del deliberado control del yo y la búsqueda de una impresión calculada para complacer y seducir a otra persona. Eso marcó un cambio importante en relación con el yo del siglo XIX, que estaba menos fragmentado y menos dado a una manipulación dependiente del contexto, debido a que estaba conformado por una concepción holística del carácter.

A primera vista, Internet permite un yo múltiple, mucho más flexible y abierto, lo que hace que el epítome del yo posmoderno sea su capacidad de lograr un yo lúdico, autocreativo y hasta engañoso en su habilidad de manipular la información relacionada con el mismo.

Sin embargo, los sitios de citas que analizo difieren de los usos posmodernos de Internet precisamente porque hacen que el yo se aprehenda a sí mismo por medio de tecnologías psicológicas del yo. De hecho, un yo posmoderno consiste sobre todo en las manipulaciones conscientes del propio cuerpo, los patrones de discurso, las maneras y la vestimenta. El trabajo de autopresentación que se realiza en y mediante Internet es de un orden diferente, ya que consiste sólo en lenguaje, y más específicamente lenguaje escrito, y porque no apunta a otro específico y concreto sino a un público general de candidatos abstractos desconocidos. En otras palabras, el trabajo de autopresentación del yo posmoderno presupone e implica la capacidad de ser sensible a diferentes contextos sociales y de representar papeles diferentes en los mismos. En el caso de los sitios web de citas, la autopresentación adopta un carácter opuesto: presupone un movimiento introspectivo, hacia el interior del yo (quién soy y qué quiero); es general y estandarizado (hay que presentarse por medio de un cuestionario estandarizado). No es sensible al contexto –ni a la persona–, en el sentido de que el propósito del perfil es decir la verdad sobre sí mismo independientemente de la identidad de quien vaya a leerlo. El trabajo de autopresentación se aleja varios pasos de la verdadera representación social y se realiza en términos visuales y lingüísticos, no para

un otro específico y concreto sino para un público generalizado y abstracto.

Si bien el yo posmoderno implica que no hay un yo central sino sólo una multiplicidad de papeles a interpretar, el yo que se presenta mediante la conjunción de psicología y tecnología de Internet es "óntico", en el sentido de que asume que hay un yo central permanente y que puede plasmarse mediante una multiplicidad de representaciones (cuestionario, foto, e-mail, etc.). Internet resucita con saña el viejo dualismo cartesiano entre mente y cuerpo, y la única localización para el pensamiento y la identidad se encuentra en la mente. Tener un yo de Internet es tener un *cogito* cartesiano y participar en el mundo mediante el recurso de verlo desde el interior de los muros de la propia conciencia.

La ironía, sin embargo, es que en el proceso de autopresentación, la apariencia física adquiere una importancia nueva y casi aguda en la foto que suele agregarse al perfil. A pesar de los aspectos descorporeizantes de Internet, la belleza y el cuerpo son omnipresentes, pero ahora porque quedaron congelados, convertidos en imágenes que congelan el cuerpo en el eterno presente de la fotografía, y porque esa fotografía se encuentra en un mercado competitivo de fotografías similares, por lo que los sitios web de citas generan intensas prácticas de autotransformación corporal. En realidad, como la foto vale por la persona, hace que muchos se

embarquen en grandes cambios corporales. Por ejemplo, una de las entrevistadas, Sigal, una mujer de 20 años, dice que como resultado de Internet bajó veinte kilos, dado que tomó conciencia de que la fotografía desempeña un papel muy importante en la primera selección. Para tomar otro ejemplo, Galia, una ejecutiva publicitaria de 30 años, señala:

> Este verano quería actualizar mi perfil, de modo que hablé con mi hermana, que entiende mucho de estas cosas. Me dijo que me ayudaría a mejorar mi aspecto. Fui a la peluquería, bajé algo de peso, me compré anteojos nuevos y me tomé otras fotografías.

Al presentarse por medio de una fotografía, se pone a los individuos literalmente en la posición de quienes trabajan en la industria de la belleza como modelos o actores, es decir que se los pone en una posición: 1) en la que se los hace hiperconscientes de su aspecto físico, 2) en la que el cuerpo es la fuente principal de valor económico y social, 3) en la que se los hace competir con otros por medio del cuerpo, y 4) en la que, por último, su cuerpo y su aspecto están en exposición pública. Eso me recuerda una nota al pie de Adorno y Horkheimer, que, sobre el final de *Dialéctica del iluminismo*, ofrecen una reflexión pertinente para este análisis. Al hablar de la cultura contemporánea, sostienen:

"El cuerpo, como lo que es inferior y sometido, es objeto de burla y maltrato, y a la vez se lo desea, como lo prohibido, reificado, extrañado".[11]

El plano lingüístico del perfil no reduce la situación de intensa competencia con otros, y el problema pasa por romper con la uniformidad de los perfiles.

Un ejemplo de esa uniformidad puede hallarse en un análisis del contenido de la pequeña casilla que resume el yo interior (ubicada cerca de la foto). Miré cien de esas casillas. Una sorprendente mayoría de las mismas usa los mismos adjetivos para describirse: "Soy una mujer divertida, sociable y segura", o "Soy linda y divertida; hace muy poco que estoy sola", "Soy sociable, llena de vida y divertida", "Soy divertida y audaz", "Bueno, aquí va: soy divertida, graciosa, baja, cabello castaño, ojos marrones, fantástica", "Soy una mujer atractiva y alegre de 39 años a la que le gusta cuidar bien a los que ama", "Dios mío, ¿qué digo? Divertida, despreocupada, romántica incurable". Creo que todo esto no es muy misterioso: el proceso de describirse abreva en los guiones culturales de la personalidad deseable. Al presentarse ante otros de manera descorporeizada, la gente usa convenciones establecidas de lo que es una persona deseable y se las aplica a sí misma. En otras palabras, el uso del lenguaje escrito para la autopresentación crea, irónicamente, uniformidad, estandarización y reificación. Digo "irónicamente" porque cuando la gente llena esos cuestionarios la idea es que tenga una experiencia de sí misma y presente a los demás aquello que la hace única.

11 Citado en Shusterman, Richard, *Performing live: Aesthetic alternatives for the ends of art*, Ithaca, NY, Cornell University Press, 2000, p. 154 [la cita corresponde a la edición en español: Horkheimer, Max y Theodor W. Adorno, *Dialéctica del iluminismo*, Buenos Aires, Sudamericana, 1988, p. 274].

Ese problema es algo que perciben bien los escritores de los manuales de citas. Por ejemplo:

> Ya se trate de un hombre o una mujer, si usted suena como todos los demás, será difícil que a alguien se le ocurra una forma de escribirle. ¿Cómo se inicia una conversación con un hombre si todo lo que éste escribe es que quiere una mujer que sea "amable, inteligente, graciosa, considerada, romántica, sexy y atlética"? Bueno, supongo que podría decirse: "Hola. Soy amable, inteligente, graciosa, considerada, romántica, sexy y atlética. Creo que formamos una pareja perfecta". No lo creo.[12]

El problema que se aborda aquí es el hecho de que, con la mediación del lenguaje, la autopresentación adquiere

12 Katz, Evan Marc, *I can't believe I'm buying this book: A commonsense guide to successful internet dating*, Berkeley, CA, Ten Speed Press, 2003, p. 96.

un carácter uniforme. De esa manera, Internet genera reificación, en el sentido no marxista del término, es decir que hace que la gente se trate a sí misma y a los demás como categorías lingüísticas, y considera el concepto abstracto como si fuera lo real. Eso también se relaciona con la definición de reificación de Lukács como

> una relación entre personas [que] cobra el carácter de una coseidad y, de este modo, una "objetividad fantasma" que con sus propias leyes rígidas, aparentemente conclusas del todo y racionales, esconde toda huella de su naturaleza esencial, el ser una relación entre hombres.[13]

De hecho, esa objetividad fantasma que incorpora el yo a categorías lingüísticas y la interacción social a la tecnología, abunda en los sitios web de citas.

Para resumir, ahí donde el perfil psicológico más exitoso exige que alguien se destaque de la masa homogénea de "Soy divertida y graciosa", el perfil fotográfico exige, al contrario, que se encaje en cánones establecidos de belleza y estado físico. Así, la gente que

13 Lukács, Georg, *History and class consciousness: Studies in Marxist dialectics*, Cambridge, MA, MIT Press, 1971, p. 83 [la cita corresponde a la edición en español: *Historia y conciencia de clase*, México, Grijalbo, 1969, p. 124].

más éxito tiene en Internet es la que se distingue por su originalidad lingüística y su convencionalismo físico.

Estandarización y repetición

Sucede no sólo que la autopresentación tiene el problema de la homogeneidad y la estandarización, sino que el propio encuentro romántico enfrenta muchos de los mismos problemas. Esos problemas comienzan con la lista extremadamente larga de posibles candidatos que se encuentra una vez que se definió la pareja deseada. Si bien hay muchos criterios, de todos modos son limitados, y junto con la enorme base de datos que tienen los sitios web más grandes, no es extraño que una búsqueda típica ofrezca gran cantidad de candidatos posibles. Por ejemplo, si alguien busca una persona rubia, delgada, que no fume, menor de 35 años, con estudios universitarios, es inevitable que mucha gente responda a esa descripción.

El volumen de las interacciones nos obliga a desarrollar técnicas estándar para su manejo, lo que hace que los encuentros, tanto en la web como fuera de ella, sean muy repetitivos. Consideremos a Artemis, una mujer de 33 años que hace seis que está en Internet. Artemis es una traductora técnica y trabaja en su domicilio. Usa la computadora para trabajar y, como lo hace en la casa, en realidad puede estar permanentemente

involucrada en la tarea de manejar la gran cantidad de hombres que están interesados en su perfil, al que ingresaron 26.347 personas. Como dice en su blog: "Mi perfil recibe constantes visitas y también yo visito constantemente los perfiles de otras personas". A los efectos de manejar el extenso flujo de encuentros virtuales, abrió archivos para los hombres en su computadora y creó carpetas diferentes para cada uno de ellos. De lo contrario, dice, "es difícil de seguir".

El volumen de interacción es tal que los propios sitios web desarrollaron técnicas y marcadores destinados a ayudar a los usuarios a manejar la gran cantidad de personas: listas de favoritos, estrellas, trofeos y llamas para señalar a los "preferidos". La ley del número tiene aquí una importancia crucial y parece haber cambiado de manera significativa las formas en que se desarrolla la vida romántica. Tal como pasó en el ámbito de la producción económica a fines del siglo XX, la gente aborda ahora en el ámbito de las relaciones románticas el problema de saber cómo manejar un volumen y una velocidad mucho mayores de "producción", intercambio y consumo románticos. Por ejemplo, debido al volumen de las interacciones, muchos usuarios envían el mismo mensaje estandarizado a todas las personas en las que están interesados, con lo que todo el proceso se asemeja al del telemarketing. Para tomar un ejemplo de un manual de citas de Internet: "Alex tenía hasta una planilla con ciudad, ocupación y estudios, que le permitía repasar detalles antes de devolver cualquier llamado".[14]

Debido al volumen y la frecuencia de los encuentros, la conversación y el encuentro invariablemente adoptan un carácter guionado, y muchos entrevistados mencionan que hacen las mismas preguntas y cuentan los mismos chistes una y otra vez en el transcurso de sus encuentros vía Internet. Cuando escribe sobre esos encuentros, Artemis, la mujer que cité antes, señala en su blog:

> Conozco tan bien el ritual. Empieza con el hecho de que tengo casi un "uniforme" para una cita a ciegas. Es según la época: cada época y cada estación tienen su uniforme. Por lo general prefiero jeans y una camisa linda, algo con lo que me sienta bien, tanto físicamente como en términos de sentirme cómoda. [...] En la mayor parte de los casos no tengo expectativas y *no me emociono mucho*. Sé muy bien qué va a pasar.

El volumen de interacciones hace que los actores adopten un repertorio limitado de gestos y palabras que, cuando se repiten de manera habitual, muy pronto se los pasa a considerar con una ironía cansada. Ello se debe a que buena parte del encanto que tradicional-

14 Katz, *op. cit.*, p. 108.

mente asociábamos con la experiencia del amor romántico se relaciona con una economía de la escasez, que a su vez permite la novedad y la emoción.

Por el contrario, el espíritu que preside Internet es el de la economía de la abundancia, en que el yo debe elegir y maximizar sus opciones y se ve obligado a usar técnicas de costo-beneficio y eficiencia. Eso se hace evidente en un reciente episodio de citas cibernéticas: una nueva forma de citas de Internet llamada selección veloz. Así publicita la selección veloz match.com:

> La selección veloz online es una manera nueva y emocionante de conocer, desde su casa, a personas solas de su localidad, la oficina o en tránsito, con una laptop. Usted verá la fotografía y el perfil de cada persona antes de hablar por teléfono durante cuatro minutos.

Se debe elegir entre una lista de sesiones programadas a horarios fijos, por ejemplo, el sábado 6 de octubre a las seis. Esas sesiones corresponden en realidad a nichos de marketing. Ejemplos de esas sesiones son "solteros judíos", "con miras al matrimonio", "solteros católicos", "flamantes divorciados", "amantes de los viajes", "amantes de la vida al aire libre", "entusiastas del buen estado físico", etc. Una vez que se elige un nicho, hay que inscribirse para el día y la hora en que se hablará

con seis personas durante exactamente cuatro minutos con cada una. La computadora trata de imitar todo lo posible una interacción real y hace que la gente interactúe mediante la voz y suba una foto al mismo tiempo. Mientras se habla con alguien, se ve un reloj en la pantalla. Cuando los cuatro minutos llegan a su fin, la conexión termina de manera automática. Luego hay que llenar una "tarjeta de puntaje" que tiene tres categorías: "sí", "no" o "tal vez", tras lo cual se pasa a la siguiente cita. Se continúa así hasta que se termina la sesión de seis citas virtuales.

La selección veloz deriva del evidente deseo de maximizar tiempo y eficiencia apuntando de manera muy precisa y limitando la interacción a un lapso de tiempo breve y estricto. Esto constituye una perfecta ilustración de lo que Ben Agger llama "capitalismo rápido", que posee dos características. En primer lugar, la tecnología capitalista tiende a comprimir el tiempo a los efectos de aumentar la eficiencia económica. En segundo lugar, el capitalismo tiende a borrar los límites y a negarles a las personas espacio y tiempo privados. En el capitalismo rápido ambas características se entrelazan estrechamente y la tecnología y la mercancía colonizan el espacio y el tiempo.[15]

15 Agger, Ben, *Speeding up fast capitalism: Cultures, jobs, families, schools, bodies*, Boulder, CO, Paradigm, 2004, pp. 1-5.

La tecnología de Internet funde dos importantes lógicas culturales o formas de reclutamiento del yo: la de la psicología y la del consumismo. Al utilizar y basarse en la lógica del consumismo y la psicología, Internet radicaliza la demanda de que se haga el mejor negocio (económico y psicológico). Para decirlo con más exactitud, las categorías psicológicas se usan para producir encuentros románticos integrados a la lógica consumista de gustos cada vez más precisos, definidos y refinados. El consumismo se usa aquí para mejorar la calidad del negocio (romántico) que se logre. Como señala un manual de citas cibernéticas, "cuanto mayor sea su experiencia, más refinados serán sus gustos y menos gente estará dispuesto a considerar".[16] Un ejemplo de ello es otra vez Artemis, la mujer que citamos antes:

> Busco a alguien, algo que no existe pero que es muy específico. Tiene que ser alguien brillante, sobre todo en el terreno científico, pero alguien complejo, que es algo que puedo ver en sus tarjetas pero también en los mensajes instantáneos. Tienen que pasar la prueba de la escritura.

En un todo coherente con la lógica de la cultura del consumo, la tecnología permite y hasta alienta una creciente especificidad y refinamiento de los gustos. A diferencia de las necesidades, que son fijas, el refinamiento es inestable, ya que hasta el mayor gourmet siempre puede ser superado. En el campo de las citas, el refinamiento tiene una implicación importante: el proceso de búsqueda de otro se hace inestable. Ser refinado es, precisamente, buscar la forma de mejorar la propia posición en el mercado.

16 Katz, *op. cit.*, p. 103.

Permítanme dar dos ejemplos. Primero, Bruce, un diseñador de software de computación de 41 años que vive en la ciudad de Nueva York:

> ENTREVISTADOR: Cuando examina perfiles que pueden interesarle, ¿cómo decide ponerse en contacto con alguien? Por ejemplo, si una de las mujeres cuyo perfil ve es atractiva pero no tiene exactamente el tipo de profesión o educación que a usted le gustaría, ¿qué hace? ¿Se pone en contacto con ella?
>
> BRUCE: No. Como dije antes, hay muchas opciones, infinitas opciones, mmm… ¿Para qué molestarse? Sólo me pongo en contacto con las que corresponden exactamente a lo que quiero.

El segundo ejemplo es Avi, un programador de computación israelí de 27 años que hace unos años que recorre la web y que, después de usarla de manera intensiva durante meses, se siente cada vez más desilusio-

nado. Sostiene que el problema de Internet es que la gente desarrolla un fuerte deseo por alguien que está, según dice, "por encima suyo", alguien que vale más que ellos. Las personas no quieren optar por alguien que es como ellas sino que, como llegan a ver de cerca de mucha gente que está en un nivel más alto, y como Internet les da ilusión de que están a su alcance, entonces quieren a esa gente, no a aquellas personas que pueden alcanzar. Agrega que si una mujer se interesa por él, eso la hace automáticamente sospechosa e inhibe su interés y su deseo porque, dice, infiere que ella está en un nivel inferior al suyo. En otras palabras, Avi sugiere que la gente busca lo más valioso que pueda hallar, y en ese proceso refina su gusto y se niega a aceptar un negocio que considera puede ser mejorable. Internet permite ese proceso de negociación sin precedentes por una razón muy simple: permite visualizar el mercado de parejas posibles. En el mundo real, en cambio, el mercado de parejas es virtual –nunca se lo ve, sólo se lo presupone; es algo latente–, mientras que en la web el mercado es real y literal, no virtual, porque los usuarios de Internet pueden visualizar el mercado de posibles parejas.

Resulta interesante el hecho de que la mayor parte de los usuarios perciba que el sistema de citas vía Internet hace que los encuentros se conviertan en una transacción económica. En realidad, las analogías y las

metáforas económicas llegaron a ser muy habituales en los encuentros reales que siguen a las interacciones por Internet. La mayor parte, si no todos, los entrevistados en Israel y los Estados Unidos mencionaron que conocer a alguien les exige "venderse" y actuar como si se tratara de una entrevista laboral en la que alternativamente desempeñan el papel de entrevistados y de entrevistadores. Galia, por ejemplo:

ENTREVISTADOR: ¿Alguna vez usó [un sitio web de citas]?

GALIA: Lamentablemente, sí.

ENTREVISTADOR: Por lo que parece, no le gustó mucho.

GALIA: No, no, no por el sitio. Lo que no soporto son los encuentros. Mire, soy una persona muy sociable, extrovertida. No me molesta en absoluto hablar con gente. Pero ahí hay que desarrollar una estrategia de venta; hay que presentarse de la mejor manera posible; hay que entrevistar con rapidez para averiguar de qué se trata. Hay que venderse lo mejor posible, sin saber en realidad quién es la otra persona, sin conocer al público.

ENTREVISTADOR: ¿A qué se refiere con "estrategia de venta"?

GALIA: A que hay que venderse. No tengo problema en hacerlo, pero hay que aceptar que hay que

hacerlo, ya que el único propósito del encuentro, de la conversación, es "¿queremos seguir viéndonos" como pareja?"

ENTREVISTADOR: ¿Cómo se vende?

GALIA: Soy una persona muy auténtica. Pero [en esos encuentros] sonrío mucho, soy muy, pero muy agradable y no expreso ninguna opinión radicalizada, por más que tengo opiniones muy radicalizadas y soy muy extremista.

ENTREVISTADOR: ¿Entonces por qué no le gusta el proceso?

GALIA: Creo que perdí un elemento esencial. La verdad es que no me gustan las citas, todo eso de las citas. En el 99% de los casos no lo disfruto. Lo hago porque quiero conocer a alguien y porque me canso de estar sola. Pero también me cansa conocer tanta gente, decir los mismos chistes, hacer las mismas preguntas, tener una sonrisa pintada en la cara.

Aquí aparece algo nuevo. Internet literalmente estructura la búsqueda de pareja como un mercado o, para ser más exactos, formaliza la búsqueda de pareja como una transacción económica: transforma el yo en un producto envasado que compite con otros en un mercado abierto regulado por la ley de la oferta y la demanda; hace que el encuentro sea el resultado de un conjunto de preferencias más o menos estables; hace que el proceso de búsqueda comprenda el problema de la eficiencia; estructura los encuentros como nichos de mercado; asigna un valor económico (más o menos) fijo a los perfiles (es decir, a las personas) y hace que la gente se preocupe precisamente por su valor en ese mercado estructurado y por mejorar su posición en el mismo. Por último, hace que la gente tenga en cuenta los aspectos de costo-beneficio de su búsqueda, tanto en términos de tiempo como en el sentido de que quieren maximizar los atributos de la persona encontrada. Las personas a las que consulté perciben, si bien de manera oscura, esas características de la búsqueda. De hecho, se puede advertir que las entrevistas que cité hasta ahora contienen una combinación de cansancio y cinismo, un cinismo que a menudo fue también el tono dominante en muchas otras entrevistas. Para seguir una sugerencia del filósofo Stanley Cavell, diría que el tono es una cuestión que tiene gran importancia, ya que apunta a la organización emocional general de la experiencia. Ese cinismo indica un drástico alejamiento de la cultura tradicional del romanticismo y es un efecto de la rutinización que generan el gran volumen de encuentros, así como la estructura y la cultura de mercado que prevalecen en los sitios web de citas. El cinismo es una estructura de sentimiento que emerge de una propiedad de la conciencia y la acción presente en las sociedades capitalistas tardías. Creo que ese cinismo es lo que

Adorno tenía en cuenta cuando señaló que, en la cultura contemporánea, los consumidores se sienten obligados a comprar y a usar los productos publicitados aun cuando, y en ese mismo instante, ven *a través* de los mismos. Ver a través y obedecer, nos dice Adorno, es precisamente el modo dominante de uso de los productos de consumo en las sociedades capitalistas tardías. El cinismo es el tono que se usa cuando se ve a través y a pesar de ello se siente la obligación de hacer lo mismo una y otra vez. Esa compulsión a "hacer" incluso cuando se "ve a través" destaca el hecho de que, citando a Žižek, "la ilusión no está del lado del saber, está del lado de la realidad, de lo que la gente hace".[17]

Estamos aquí ante un drástico alejamiento de la cultura del amor y el romanticismo que caracterizó buena parte de los siglos XIX y XX. En un estudio sobre las categorías culturales por medio de las cuales la gente puede dar cuenta del "amor a primera vista",[18] Schurmans y Dominicé sugieren, sobre la base de minuciosas entrevistas a ciento cincuenta personas, que la experiencia de *le coup de foudre* (amor a primera vista, que en francés es, literalmente, "golpe de rayo") tiene algunas características recurrentes: se lo experimenta como un acontecimiento único que aparece en la vida de manera violenta e inesperada, es inexplicable e irracional, se inicia de manera inmediata después del primer encuentro y, por lo tanto, puedo agregar, no se basa en un conocimiento acumulativo de la otra persona. Perturba la vida cotidiana y opera como una profunda conmoción del alma. Las metáforas usadas son las del calor, el imán, el rayo, la electricidad, todo lo cual indica una fuerza avasalladora y omnipotente. Creo que Internet supone un drástico alejamiento de esa tradición del amor.

17 Žižek, Slavoj, *The sublime object of ideology*, Londres, Verso, 1989, p. 32 [la cita corresponde a la edición en español: *El sublime objeto de la ideología*, Buenos Aires, Siglo XXI, 2005, pp. 60-61].

18 Schurmans, Marie-Noëlle y Loraine Dominicé, *Le coup de foudre amoureux: Essai de sociologie compréhensive*, París, Presses Universitaires de France, 1997.

Si el amor romántico se caracterizaba por una ideología de la espontaneidad, Internet exige un modo racional de selección de pareja, lo que contradice la idea del amor como una epifanía inesperada que aparece en la vida contra toda voluntad y razón. En segundo lugar, si el amor romántico tradicional estaba íntimamente relacionado con la atracción sexual –por lo general, producto de la presencia de dos cuerpos materiales, físicos–, Internet se basa en la interacción textual descorporeizada. El resultado es que en Internet lo que prevalece es una búsqueda racional –tanto en tiempo como en modo de acercamiento–, por encima de la atracción física tradicional. En tercer término, el amor romántico presupone desinterés, es decir, una completa separación entre la esfera de la acción instrumental y

la de los sentimientos y las emociones. La tecnología de Internet aumenta la instrumentalización de las interacciones románticas al dar relevancia al "valor" que la gente se atribuye a sí misma y a los demás en un mercado estructurado. El amor era irracional, con lo que se hacía referencia a que no era necesario un saber empírico ni cognitivo para darse cuenta de que esa persona era la indicada. Internet, en cambio, hace que el saber cognitivo del otro preceda en el tiempo y en importancia a los propios sentimientos. Por último, la idea del amor romántico a menudo estuvo acompañada de la idea del carácter único de la persona amada. La exclusividad es esencial para la economía de la escasez que rigió la pasión romántica. Si Internet tiene un espíritu, en cambio, es el de la abundancia y el intercambio. Ello se debe a que las citas vía Internet introdujeron en el terreno de los encuentros románticos los principios del consumo masivo basado en una economía de la abundancia, de la opción infinita, la eficiencia, la racionalización, la selección y la estandarización.

Es evidente, entonces, que estamos ante un gran cambio de la sensibilidad romántica. Hasta parece haber un salto cualitativo del cuadro que describí en *Consuming the romantic utopia*. En ese libro, describía una situación en la que el capitalismo de consumo exacerbaba, en lugar de destruir, las experiencias más importantes del romance. Dado que se anhelaba "diversión", el deseo de experimentar nuevas formas de libertad sexual y la búsqueda de intimidad emocional se incorporaban de manera sistemática a la industria del ocio, hasta el punto en que se hacía difícil separar los sentimientos románticos de las experiencias de consumo. De esa manera, sostenía, no podíamos presumir que el ámbito de las mercancías deterioraba el de los sentimientos. La situación que describo aquí es diferente en términos cualitativos. Las relaciones románticas no sólo están organizadas en el mercado, sino que se convirtieron en productos salidos de una línea de montaje y que se consumen con rapidez, eficiencia, a un costo bajo y en gran abundancia. El resultado es que es el mercado el que dicta ahora de manera más exclusiva el vocabulario de las emociones.

En cierto sentido, es como si los diseñadores de los sitios web de citas hubieran leído y aplicado al pie de la letra el diagnóstico de fatalidad y desaliento de teóricos críticos como Adorno o Horkheimer. La racionalización, la instrumentalización, la completa administración, la reificación, la fetichización, la mercantilización, el "encuadre" heideggeriano parecen saltar de los datos que reuní. Internet parece llevar el proceso de racionalización de las emociones y el amor a niveles que nunca habrían imaginado los teóricos críticos.

Sin embargo, por más tentadora y evidente que resulte esta crítica, quiero tratar de resistirla. Más espe-

cíficamente, quiero resistir lo que llamo el paradigma de la "crítica pura". Espero que me disculpen por utilizar aquí términos y argumentos que ya usé en mi libro *Oprah Winfrey and the glamour of misery.*[19]

La crítica tradicional, sobre todo la que se suele practicar en los estudios culturales, se caracteriza por lo que sugiero llamar un "anhelo de pureza". De hecho, si muchos críticos culturales acuerdan gran importancia a la cultura, es porque la consideran el terreno en el que podemos (y debemos) articular ideales de belleza, moralidad y política.

La crítica pura incluye la cultura en la esfera política y, al hacerlo, se convirtió en gran medida en la enumeración de las formas en que la cultura emancipa o reprime, proporciona "basura" o "tesoros", posición que, a su vez, amenaza con empobrecer nuestro análisis de la cultura. Es empobrecedora porque, para usar las convincentes palabras de Barbara Johnson, la crítica debería dejar "espacio para una sorpresa; [...] para que algo o alguien nos sorprenda y diga 'Háganse a un lado; quiero hablar'".[20] Para que las prácticas y los

19 Las siguientes páginas sobre la crítica se atienen estrechamente o son citas del capítulo 8 de mi libro *Oprah Winfrey and the glamour of misery*, Nueva York, Columbia University Press, 2003.

20 Salusinszky, I. y J. Derrida, *Criticism in society: Interviews with Jacques Derrida, Northrop Frye, Harold Bloom, Geoffrey Hartman, Frank Kermode, Edward Said, Barbara Johnson, Frank Lentricchia y Hillis Miller*, Nueva York, Methuen, 1987, p. 159.

textos culturales nos sorprendan, tenemos que dejar de reducirlos a su capacidad (o incapacidad) de proporcionar una posición moral o política clara sobre el mundo.

La segunda desventaja de la crítica pura es que suele exigir nada menos que un punto de vista *total*: cuando sostengo que una práctica cultural dada (un programa de televisión, la tecnología de Internet, etc.) es nociva para la causa de, por ejemplo, las minorías o las mujeres, hago esa afirmación desde las esferas sociales económica, política y doméstica. En otras palabras, esa crítica se logra asumiendo que una esfera (la cultural) refleja y conforma otras esferas sociales (la económica, la política, la doméstica) y que se relaciona con éstas funcional y dialécticamente por medio de una lógica social más profunda en términos estructurales. La presunción de que la cultura debería analizarse desde todas las esferas sociales y de que es a la sociedad lo que una parte es al todo es la piedra angular de la teoría crítica.

Sugiero, en cambio, que no hay una continuidad directa entre las esferas sociales y que éstas no necesariamente se reflejan mutuamente. Eso significa que no podemos saber a priori cómo se "comportarán" los símbolos y los valores en las esferas social, política y económica. Ello se debe al famoso problema de los efectos no buscados que analizó Max Weber de manera brillante: los principios de acción, las ideas y los valo-

res que emergen en una esfera (por ejemplo, la religiosa) pueden generar en otra esfera (por ejemplo, la económica) algo muy diferente de lo que en un primer momento buscaban. Para decirlo de manera más simple, lo que en una esfera (por ejemplo, la económica) puede ser reaccionario, quizá sea progresista en otra (por ejemplo, la cultural) y viceversa.[21]

Un tercer problema de basar el análisis cultural en la crítica política es que en la medida en que cultura y política usan el lenguaje de modos diferentes, es inevitable que choquen entre sí. Un político debe usar el lenguaje de manera referencial, aludiendo a un ámbito de la praxis en el que se construyen calles y se libran guerras y adoptando una posición clara ante la "realidad" (por ejemplo, un político debe decir con claridad si apoya una reducción o un aumento de impuestos). Un poema o una película, en cambio, no tienen por qué referirse a la realidad ni se los puede acusar de distorsionarla. De hecho, un poema y una película pueden hacer precisamente eso, decir dos cosas contradictorias al mismo tiempo (por ejemplo, alabar el individualismo y la comunidad, el amor y el deber, etc.) sin que se los acuse de violar las normas de la comunicación. Por otra parte, un político debe decir la verdad y hacer afirmaciones válidas (un político puede mentir o equivocarse, por supuesto, pero siempre se lo hará responsable por ello), mientras que un poema o un filme son impermeables a la veracidad. Podemos criticar una película por ser demasiado realista o no lo suficiente, pero no tendría sentido criticar una película o una novela por "mentir" o por no entender la inflación o el desempleo. Por el mismo motivo, no es sensato utilizar criterios políticos para evaluar la cultura popular, por la simple razón de que los textos populares a menudo son deliberadamente ambiguos, irónicos, contradictorios y paradójicos. Todas ésas son propiedades de la televisión y de otras creaciones culturales, y exceden a su vez el campo de la política, por lo menos como se la entiende tradicionalmente.[22] Si bien es indiscutible que la cultura es una extensión de nuestras relaciones sociales –en sus oposiciones, clausuras y silencios sistemáticos–, no puede quedar por completo contenida en y reducida a la política.

21 Para dar un ejemplo entre muchos, a principios de siglo los capitalistas, preocupados por cubrir la creciente demanda de consumo, contrataban mujeres por salarios muy inferiores a los de los hombres. Esa marcada desigualdad económica proporcionó un gran impulso al movimiento feminista. Véase Hobsbawm, Eric J., *The age of the empire, 1875-1914*, Nueva York, Pantheon Books, 1987 [trad. esp.: *La era del imperio. 1875-1914*, Barcelona, Crítica, 1998].

22 Ésa es la posición de Nussbaum en la discusión que sostiene con Dworkin y McKinnon. Véase "Objectification", en Nussbaum, Martha C., *Sex and social justice*, Nueva York, Oxford University Press, 1999.

Hay un último problema en lo que respecta a reducir la cultura a la política, y se relaciona con el hecho de que con frecuencia condena a la crítica a una distancia olímpica, lo que es cada vez más insostenible en una era en la que la impera la democracia cultural. El rechazo del jazz por parte de Adorno es sólo uno de los ejemplos más famosos de ese distanciamiento drástico (y errado) de las experiencias y los sentidos concretos de los que emerge la cultura. La crítica tiene más fuerza cuando se aparta de la pureza olímpica y se basa en una profunda comprensión de las prácticas culturales concretas de los actores comunes. Es inevitable que ello implique una "negociación" con la pureza, pero esa negociación con la "pureza" es tanto más necesaria por cuanto en la era del capitalismo tardío, ya sea por elección o por necesidad, la crítica de la cultura contemporánea está condenada a situarse en el mismo terreno mercantilizado que critica. A diferencia del intelectual del siglo XIX, que podía criticar el capitalismo y ubicarse "en algún lugar" fuera de su alcance, pocos críticos contemporáneos pueden mantenerse al margen de las organizaciones e instituciones capitalistas. Eso no significa que debamos resignarnos a aceptar la dominación del capitalismo en todas las esferas sociales, pero implica que desarrollamos estrategias de interpretación que son tan ingeniosas como las fuerzas del mercado a las que queremos oponernos. Las

críticas poderosas son aquellas que derivan de una profunda comprensión de su objeto. Mi objetivo no es eliminar la crítica, sino hacer una crítica que no se convierta en la "enumeración de las formas" en que la cultura impulsa (o deja de impulsar) una agenda política dada (de igualdad, emancipación o visibilidad).

En realidad, esta idea es coherente con los objetivos de la propia teoría crítica, cuyo método es la crítica inmanente que "comienza con los principios conceptuales y estándares de un objeto y desarrolla sus implicaciones y consecuencias". Como sugiere David Held, la crítica procede, por así decirlo, "desde adentro, y aspira a evitar, por lo tanto, la acusación de que sus conceptos imponen criterios irrelevantes de evaluación del objeto".[23] Desafortunadamente, esa manera de entender la teoría crítica no recibió la suficiente atención, y tampoco estoy segura de que el propio Adorno la aplicara siempre.

El que mejor desarrolló un modelo de "crítica inmanente" es el filósofo político Michael Walzer, que, en su agudo libro *Las esferas de la justicia*,[24] sostiene que debemos aplicar diferentes principios de justicia a diferen-

23 Held, D., *Introduction to critical theory: Horkheimer to Habermas*, Berkeley, University of California Press, 1980, pp. 183-184.

24 Walzer, M., *Spheres of justice*, Nueva York, Basic Books, 1983 [trad. esp.: *Las esferas de la justicia: una defensa del pluralismo y la igualdad*, México, FCE, 1993].

tes esferas sociales (por ejemplo, la familia o el mercado). Ello se debe a que cada esfera contiene distintos tipos de bienes (por ejemplo, amor o dinero) que deben distribuirse de manera diferente. Walzer argumentó en favor de diferentes "esferas" de la justicia, es decir, de la idea de que las diferentes esferas sociales están animadas por principios diferentes a los efectos de definir qué es valioso en ellas y cómo distribuir de manera equitativa los recursos para alcanzar esos bienes. En dos libros posteriores, *La compañía de los críticos*[25] e *Interpretation and social criticism*,[26] Walzer extendió el punto de vista de *Las esferas de la justicia* a la actividad de la crítica y sostuvo que, a los efectos de criticar una práctica cultural, el crítico cultural debía usar el criterio moral que funcionaba en la comunidad (o esfera social) que estaba criticando. En otras palabras, Walzer sugiere que la evaluación moral del crítico debe estar íntimamente relacionada con los principios de evaluación y los criterios morales del objeto que está criticando. En una línea similar, considero que deberíamos desarrollar criterios de evaluación que en todo lo posible sean internos a las tra-

25 Walzer, M., *The company of critics: Social criticism in the Twentieth Century*, Londres, Peter Halban, 1988 [trad. esp.: *La compañía de los críticos: intelectuales y compromiso político en el siglo XX*, Buenos Aires, Nueva Visión, 1993].

26 Walzer, M., *Interpretation and social criticism*, Cambridge, MA, Harvard University Press, 1987.

diciones, los criterios y los significados del objeto que analizamos. Propongo llamar a esa manera de abordar las prácticas sociales "crítica impura", un tipo de crítica que trata de recorrer la delgada línea entre aquellas prácticas que impulsan los deseos y las necesidades de la gente –por más desagradables que puedan parecernos– y las prácticas que les impiden alcanzar esos objetivos. En cierto sentido, mi propuesta recuerda la metodología de Latour y Callon:[27] así como éstos sugieren analizar, por ejemplo, las teorías científicas en competencia sin asumir que se sabe quiénes son los ganadores y los perdedores, propongo analizar lo social sin asumir que se conoce de antemano lo emancipador o lo represivo, sino haciendo que éstos surjan de una cabal comprensión contextual de las prácticas sociales.

FANTASÍA Y DESILUSIÓN

Permítanme comenzar mi crítica, entonces, con el principal problema que indican las personas consultadas y que analizan los manuales de citas cibernéticas que leí:

27 Latour, Bruno, *The Pasteurization of France*, Cambridge, MA, Harvard University Press, 1988; Callon, Michel, "Some elements of a sociology of education", en John Law (ed.), *Power, action and belief*, Londres, Routledge & Kegan Paul, 1986, pp. 196-233.

el problema de la desilusión. A pesar de la abundancia de opciones que brindan los sitios web de citas, la mayor parte de los entrevistados habló de un reiterado sentimiento de desilusión. La situación típica descrita es la siguiente: se examina la lista de posibles parejas (o se recibe un e-mail de alguien) y, sobre la base de la fotografía y el perfil de la persona, se decide iniciar una correspondencia electrónica. Si todo sale bien, se empieza a fantasear sobre la cita. Esos sentimientos derivan en una conversación telefónica. Muchos de los consultados, si no todos, señalaron que si les gustaba la voz de la persona con la que hablaban, entonces podían desarrollar sentimientos muy fuertes en relación con ella, lo que sugiere que la imaginación puede bastar en lo que respecta a la capacidad de generar emociones.

Si luego todo sale bien en la conversación telefónica, se pasa a un encuentro real, que es donde, en la mayor parte de los casos, la gente experimenta una gran desilusión. El problema está tan extendido que un manual de citas cibernéticas tiene un capítulo titulado "Prepararse para el shock de la foto". El capítulo comienza así: "Si piensa que el shock de la voz es malo, espere a vivir la experiencia del shock de la foto. Casi nadie se ve como en sus fotos. [...] Se sorprenderá aunque su sitio web ofrezca la posibilidad de ver un video breve".[28] El

28 Silverstein y Lasky, *op. cit.*, p. 227.

siguiente capítulo se titula "La preparación de un curso de acción para el caso de una gran desilusión".[29]

Una explicación banal es sugerir que ése es el resultado de una autopresentación exagerada o de la disparidad entre las expectativas demasiado ambiciosas y una realidad necesariamente limitada. La tecnología de Internet exacerbaría una dimensión de la experiencia que se considera específicamente moderna: la disparidad entre las propias expectativas y la propia experiencia. Koselleck[30] llegó a sostener que la modernidad se caracteriza por la creciente distancia entre realidad y aspiración.[31] Sin embargo, pienso que esa afirmación no se analizó ni se entendió lo suficiente. ¿Qué significa con exactitud decir que la cultura moderna crea expectativas no realistas? ¿Cómo lo hace? ¿Y por qué las expectativas tienen que frustrarse? ¿Qué relación puede dar lugar a una desilusión tan devastadora respecto de las fantasías?

29 *Ibid.*

30 Habermas, Jürgen, *Moral consciousness and communicative action*, Cambridge, Polity Press, 1990 [trad. esp.: *Conciencia moral y acción comunicativa*, Barcelona, Península, 1996].

31 Como señala Koselleck: "Mi tesis es que en la época moderna la diferencia entre experiencia y expectativa se hizo cada vez mayor; más precisamente, que la modernidad se entendió por primera vez como una nueva época a partir de que las expectativas se distanciaron de toda la experiencia anterior" (en Habermas, *op. cit.*, p. 12).

Mi argumento es que la imaginación, o el despliegue de la fantasía organizado en términos culturales e institucionales, no es una actividad mental universal ni abstracta sino que tiene una forma cultural que, a su vez, debe analizarse. En su famoso libro *Comunidades imaginadas*,* Benedict Anderson está muy cerca de esta propuesta al sostener que las formas de imaginar las comunidades no difieren respecto de si son verdaderas o falsas sino en relación con *su estilo*. De manera similar, el tipo de ensoñación diurna y de imaginación que Internet despierta e impulsa tiene un estilo particular que es necesario elucidar.

Considero que el estilo de imaginación que se despliega en y a través de las citas cibernéticas debe entenderse en el contexto de una tecnología que descorporiza los encuentros –pues los hace puros acontecimientos psicológicos– y textualiza la subjetividad. A los efectos de analizar ese estilo y su relación con la descorporización, permítanme proceder *a contrario*, analizando lo que está involucrado en el encuentro con otro cara a cara, cuerpo a cuerpo.

En primer lugar, Goffman sugiere que cuando dos personas están presentes, intercambian dos tipos de información: la que dan y la que "delatan". Goffman

* Anderson, Benedict, *Comunidades imaginadas. Reflexiones sobre el origen y la difusión del nacionalismo*, México, FCE, 1993. [N. del T.]

sugiere que en un encuentro real la información más importante es la que la gente delata, más que la que da de manera voluntaria. La información que delata a pesar de sí, por así decirlo, depende mucho de las formas en que usa su cuerpo (voz, ojos, postura corporal, etc.), lo que indica que buena parte de nuestras interacciones son una suerte de negociación entre lo que controlamos de manera consciente y aquello sobre lo que no tenemos control. En otras palabras, si en las interacciones corporales hay cierta brecha entre lo que decimos, entre cómo queremos presentarnos y aquello que no controlamos, entonces se hace más difícil describir en palabras qué es lo más importante de nosotros, dado que es precisamente aquello de lo que no tenemos conciencia lo que tiene más probabilidades de causar una impresión significativa a la persona que conocemos. Por ejemplo, Michele, una joven que trabaja en una gran empresa, describe así una de sus citas vía Internet:

MICHELE: Estaba ese hombre. Nos escribimos un tiempo y luego decidimos encontrarnos. Llegué al café, nos dimos la mano y de inmediato supe que no funcionaría.

ENTREVISTADOR: ¿Lo supo de inmediato?

MICHELE: Sí, de inmediato.

ENTREVISTADOR: ¿Cómo lo supo de inmediato?

MICHELE: Por el modo en que me dio la mano. Tenía algo muy blando y húmedo, algo que no me gustó en absoluto.

La mujer interpretó por metonimia la personalidad del hombre a partir de un leve gesto corporal –cómo le dio la mano– del que él difícilmente tuviera conciencia. Esto queda más claro en el trabajo del psicólogo cognitivo Timothy Wilson, que estudió el yo no consciente como algo distinto del inconsciente freudiano. Señala: "Hay crecientes pruebas de que el yo construido de las personas tiene escasa correspondencia con el yo no consciente".[32] El yo no consciente constituye el conjunto de respuestas automáticas del que tenemos escaso conocimiento y sobre el cual ejercemos muy poco control. Eso, a su vez, significa que la gente no se conoce bien, que probablemente no pueda hacerlo y que en realidad no sabe qué tipo de persona le puede hace sentir algo. Como dice Wilson, solemos equivocarnos en lo relativo a entender y predecir nuestros estados emocionales. Yo agregaría que nos equivocamos en ellos aun cuando parecemos haber acumulado tanto conocimiento psicológico sobre nosotros mismos.

32 Wilson, Timothy D., *Strangers to ourselves: Discovering the adaptive unconscious*, Cambridge, MA, Belknap Press, 2002, p. 73.

En segundo lugar, Goffman señaló que en una situación de presencia física, aparece la sensación "de que la gente está lo suficientemente cerca como para que se perciba lo que está haciendo, incluida su experiencia de los otros, y lo suficientemente cerca como para percibir que percibe".[33] Eso significa que la interacción es un proceso sutil de adaptación de lo que decimos o hacemos ante la presencia percibida del otro. De esa presencia conjunta surge un tipo especial de dependencia mutua. Goffman se refiere aquí a una forma de conocimiento práctico de la sociabilidad que es incompatible con el conocimiento cognitivo. Internet perturba el tipo de adaptación semiconsciente que realizamos en las interacciones concretas precisamente porque privilegia el saber cognitivo, basado en el texto. Permítanme dar un ejemplo de ello. El autor de un manual de citas cuenta que una vez tuvo una clienta llamada Helen que "le habló de un hombre que estaba interesado en ella en la vida real. Examinó el perfil de éste y descubrió que ella era tres años mayor que lo que él buscaba. En otras palabras, nunca se habrían conocido vía Internet".[34] Internet dificulta mucho uno de

33 Goffman, Erving, *Behavior in public places: Notes on the social organization of gatherings*, Nueva York, The Free Press, 1963, p. 17 [trad. esp.: *Comportamiento en lugares públicos*, Madrid, Alianza, 1984].

34 Katz, *op. cit.*, p. 105.

los componentes centrales de la sociabilidad: la capacidad de negociar *con nosotros mismos* los términos en los que estamos dispuestos a establecer una relación con otros. Como Internet reifica nuestros gustos y opiniones, el éxito de un encuentro dependerá de la capacidad de reproducir y corresponderse con el texto escrito de preferencias preestablecidas, lo que impide así el tipo de presencia común al que se refería Goffman. Por ejemplo, Olga, una atractiva periodista de 31 años que vive en California, dice que usa Internet desde 1999 sin mucho éxito, con lo que quiere decir que tuvo encuentros con una serie de hombres que la desilusionaron poco después de conocerlos. En los últimos meses, sin embargo, mantiene una relación seria con un hombre, un guionista de Hollywood al que conoció vía Internet. Le pedí que explicara por qué funcionaba con ese hombre y no había funcionado con los otros. Respondió:

> Con los otros siempre había una sensación de desencanto, como expliqué antes. Las fotos nunca parecían corresponder a esa persona. Pero con él, con Thomas, vi su foto y pensé: No puede ser. No puede ser que alguien tan atractivo esté en Internet. Pensé que era una broma o algo por el estilo, pero cuando lo conocí se veía mejor que en la foto, y él ni siquiera se daba cuenta de lo atractivo que era. No se daba cuenta.

Esta respuesta es interesante en dos sentidos. Uno es que el motivo por el que el hombre tuvo éxito donde los demás habían fracasado fue que su actuación presencial reflejó y hasta superó su desempeño textual. Eso puede deberse a que, como nos dice Olga, no tenía conciencia de su atractivo, lo que lo hacía eludir el proceso económico y cognitivo de autoevaluación y autopresentación que Internet implica y exige.

En tercer término, estos comentarios tienen particular importancia cuando los comparamos con la investigación sobre la experiencia de la atracción romántica en la psicología social. "En los comienzos románticos, lo que importa parece ser el aspecto superficial. El descubrimiento de que alguien tiene una 'gran personalidad' *parece* importar muy poco." Para decirlo con más exactitud, en un estudio experimental de las causas de la atracción romántica, se pidió a adultos y adolescentes que dijeran de forma verbal y explícita qué era lo más importante para ellos de una posible pareja. Los hombres contestaron que características como la "sinceridad" o "la disposición afectiva" eran más importantes que el aspecto.[35] En el marco del mismo experimento, luego se le mostró al mismo grupo de personas fotografías de mujeres muy atractivas y

35 Hatfield, Elaine y Susan Sprecher, *Mirror, mirror: The importance of looks in everyday life*, Albany, State University of New York Press, 1986, p. 118.

mujeres con un aspecto más hogareño y se le describió la personalidad de cada una. Pareció haber muy poca diferencia entre las ocasiones en que la misma mujer se presentó como "no confiable", "nerviosa" o "pretenciosa", o bien como "confiable", "tranquila" o "modesta": siempre se prefirió a las mujeres atractivas y no a las hogareñas, cualquiera fuera la personalidad de ambas. El experimento sugiere dos puntos importantes: uno es que en general la gente piensa que la personalidad tiene importancia, cuando en realidad los atributos de la personalidad desempeñan un papel menor en la atracción interpersonal. "La atracción es muy importante. Nos atraen las personas que son física y personalmente atractivas."[36]

Otra implicación es que, a pesar de todos sus esfuerzos por controlar su atracción por una posible pareja, en realidad la gente no sabe qué es lo que la llevará a sentirse atraída por otra persona. En ese sentido, podemos recordar la crítica de Merleau-Ponty al abordaje empírico de la percepción de lo fenoménico. Sostiene que el empirismo vacía la percepción y el sentimiento (*sentir*) de lo que llama su "misterio". Merleau-Ponty distingue entre *sentir* y *connaître*, donde el último hace referencia a una aprehensión del objeto sobre la base de propiedades, o lo que Merleau-Ponty considera cualidades muertas del objeto (*qualités mortes*). El sentimiento, por otro lado, remite a una experiencia de las propiedades activas del objeto. Ver un cuerpo inmóvil no es lo mismo a nuestros ojos que ver un cuerpo en movimiento. Lo que se olvida cuando se trata la percepción como un acto de conocimiento, sostiene Merleau-Ponty, es el "contexto existencial". Bourdieu retoma a Merleau-Ponty y realiza una operación similar al poner el cuerpo en el centro de las interacciones sociales: "Después de doscientos años de omnipresente platonismo, nos cuesta pensar que el cuerpo puede 'pensarse' por medio de una lógica ajena al acto de reflexión teórica".[37] Eso se debe, sugiere Bourdieu, a que la experiencia social se acumula y se despliega en el cuerpo. Así, la atracción física, lejos de ser irracional o superficial, activa por el contrario los mecanismos de reconocimiento de la similitud social precisamente porque el cuerpo es el depositario de la experiencia social. A diferencia de las técnicas psicológicas descorporizadas para el conocimiento propio y de los demás, el cuerpo puede ser la mejor y tal vez la única forma de conocer a otra persona y sentir atracción por ella.

Permítanme volver a la película *Tienes un e-mail* y preguntar nuevamente qué es lo que en ella hace fun-

36 Hatfield, Elaine y Susan Sprecher, *op. cit.*, p. 119.

37 Bourdieu, Pierre y Loïc Wacquant, *An invitation to reflexive sociology*, Chicago, University of Chicago Press, 1992 [trad. esp.: *Una invitación a la sociología reflexiva*, Buenos Aires, Siglo XXI, 2005].

cionar tan bien a la pareja de Internet. Como dije antes, el filme pertenece a un género de comedia que enfrenta a hombres y mujeres y los une o los vuelve a unir después de haberlos convertido en enemigos. La esencia de ese tipo de comedia romántica es que, a pesar de su enemistad, los protagonistas sienten una irresistible atracción mutua. De hecho, lo que sin duda da cohesión a la película es la tensión entre Tom Hanks y Meg Ryan, una tensión que, según lo tradicional en ese género de comedia romántica, sabemos que conducirá a –y que hasta es sinónimo de– la atracción. En realidad, cuando Ryan (Kathleen) y su novio se separan, a los dos les sorprende no estar enamorados cuando son "tan perfectamente el uno para el otro". En cambio, si bien todo parece separar a Meg Ryan y a Tom Hanks –sobre todo el hecho de que compiten entre sí como empresarios y que Hanks arruina la adorable librería infantil de Ryan–, su enemistad oculta y tal vez hasta genera una verdadera atracción. En otras palabras, al mismo tiempo que el filme pinta de manera positiva un nuevo tipo de amor descorporizado, basado en la autorrevelación, en un análisis racional de la relación y en la afinidad electiva a través de una tecnología descorporizada, sus convenciones narrativas suscriben, despliegan y representan una concepción opuesta del amor, basada en una atracción irresistible e irracional en la que el cuerpo, la presencia simultánea de dos per-

sonas físicas, resulta esencial para el sentimiento amoroso. En la mejor tradición romántica, en la comedia el amor surge precisamente a pesar del *cogito* consciente de los protagonistas. Por otra parte, cuando los amigos epistolares de Internet se encuentran, dado que Meg Ryan y Tom Hanks ya están enamorados, su conocimiento cognitivo del otro no desempeña papel alguno en su mutua declaración de amor final: la atracción corporal –y no la afinidad emocional de Internet– ya hizo el trabajo volátil del enamoramiento. Así, el romance de Internet resulta ser, después de todo, un romance bastante tradicional en el que el conocimiento que los protagonistas acumularon sobre el otro antes de encontrarse desempeña un papel muy menor. Además, no creo que a Meg Ryan le hubiera gustado tanto Tom Hanks si nunca lo hubiera visto en la vida real. En la película, al igual que en la vida real, lo que realiza la tarea de la atracción romántica (y, por lo tanto, social) es el cuerpo.

Quiero volver aquí a la pregunta con la que inicié esta sección: ¿qué es lo que caracteriza al tipo de imaginación que se despliega en Internet, por qué tiene tanta afinidad con la desilusión y qué papel desempeña la descorporización en la desilusión? Siempre se consideró que el amor moviliza situaciones imaginarias que dotan al objeto de misterio y poder. A diferencia del conocimiento convencional, esa imagina-

ción, lejos de estar desconectada de lo real, a menudo se desencadena como consecuencia de un gesto, una forma de moverse y de portar el propio cuerpo en el mundo. Como señala Ethel Spector Person, una psicoanalista que dedicó bastante tiempo a observar cómo hablaban los pacientes del amor:

> Puede ser la manera en que alguien enciende un cigarrillo en el viento, cómo se echa el cabello hacia atrás o habla por teléfono (personalmente, pienso que tales gestos "dicen" mucho, si no todo, sobre la personalidad y las aspiraciones de la persona observada).[38]

En otras palabras, gestos corporales insignificantes pueden desencadenar –y lo hacen– fantasías románticas y sentimientos. Freud retoma a Platón y considera que esa capacidad de conmoverse ante detalles inexplicables y aparentemente irracionales es consecuencia del hecho de que en el amor amamos un objeto perdido. "El enorme poder que la persona amada parece ejercer en quien la ama puede explicarse en parte por el hecho de que se invistió al objeto amoroso con la mística de todos los objetos perdidos del pasado."[39] En otras palabras, en la particular configuración cultural

38 Person, Ethel Spector, *Dreams of love and fateful encounters: The power of romantic passion*, Nueva York, Norton, 1988, p. 43.
39 *Ibid.*, p. 114.

con la que Freud trabajaba, el amor y la fantasía estaban estrechamente entrelazados por medio de su capacidad de mezclar experiencias pasadas y presentes en interacciones corporeizadas concretas.

Según este punto de vista, la imaginación es la capacidad de sustituir la experiencia "real" del objeto real experimentando sensaciones que se acercan a lo que serían en la vida real. Así, la imaginación no anula la realidad sino que, al contrario, se apoya en ella dado que depende de sensaciones, sentimientos y emociones para hacer presente lo que está ausente. Como se basaba en el cuerpo, la imaginación romántica tradicional sintetizaba la experiencia, mezclaba y combinaba el objeto presente con imágenes y experiencias ubicadas en el pasado y se concentraba en algunos detalles "reveladores" sobre el otro. Por otra parte, para el sujeto romántico anterior a Internet, el amor desencadenaba la imaginación por medio de procesos de idealización. Amar era sobrevalorar, es decir, atribuir a otro (real) un valor adicional. Era el acto de la idealización lo que hacía única a la otra persona.[40] Así, en el amor tradicional, la imaginación se genera por medio de cuatro procesos básicos: una atracción que se basa en el cuerpo; esa atracción moviliza las relaciones y expe-

40 Mitchell, Stephen A., *Can love last? The fate of romance over time*, Nueva York, Norton, 2003, pp. 95, 104.

riencias pasadas del sujeto (si bien Freud consideraba que esas experiencias pasadas eran estrictamente psicológicas y biográficas, podemos pensarlas, siguiendo a Bourdieu, como sociales y colectivas); ese proceso, a su vez, tiene lugar en el nivel semiconsciente o inconsciente, con lo que elude el *cogito*; por último, el amor tradicional casi por definición idealiza al otro, es decir que le atribuye a la persona amada un valor a menudo superior al nuestro. Esa idealización solía desarrollarse por medio de una mezcla de lo que sabíamos y lo que no sabíamos del otro.

Podemos explicar la capacidad del amor para movilizar el yo de esa manera invocando el paradigma de Bourdieu, que estipula que amar a otro es reconocer (y, por lo tanto, amar) el propio pasado y el propio destino social, y el destino social, para Bourdieu, se percibe en el cuerpo y en el enamoramiento con más fuerza que en cualquier otro lugar. Amar es reconocer en el plano libidinal y en el cuerpo de otro nuestro pasado social y nuestras aspiraciones sociales.

Recientes investigaciones en psicología cognitiva sobre los procesos de toma de decisiones confirman el punto de vista de Bourdieu y establecen la existencia de un "pensamiento intuitivo", o lo que los psicólogos cognitivos llaman "rebanar fino", la capacidad de hacer juicios repentinos y acertados sobre personas, problemas y situaciones. Esas decisiones repentinas derivan de procesos de pensamiento inconscientes, de la capacidad de movilizar experiencias pasadas y de concentrarse en muy pocos elementos del objeto juzgado. Al enamorarnos, identificamos o redescubrimos personas de nuestro pasado, nos concentramos en pocos detalles y formamos así una visión holística del otro, no una visión fragmentada y encasillada. Los psicólogos cognitivos considerarían que el modelo tradicional del amor y su concentración en el cuerpo no equivale a una falta de juicio, sino que es la vía más rápida y eficiente para que la mente tome una decisión de ese tipo.

En esa configuración cognitiva, social y cultural –la del amor tradicional–, el problema de enamorarse es operar el pasaje de un amor espontáneo y aparentemente irracional a un amor que se sostenga en la vida cotidiana. Por otro lado, la imaginación de Internet plantea un problema por completo diferente que resumiría de esta manera: desata la fantasía pero inhibe los sentimientos románticos. La imaginación de Internet se desencadena a partir de dos conjuntos de textos, la foto y el perfil, y del conocimiento de la otra persona, que es verbal y racional, es decir, que se basa en categorías y en la cognición, no en los sentidos. La imaginación de Internet se desencadena a partir de una serie de atributos que no pertenecen a una persona específica, sino que son resultado de la propia

proyección que se hace del otro. Como señala un manual de citas:

> Cierre los ojos un momento. Hágase un retrato mental de ella. ¿Qué edad tiene? ¿Qué altura? ¿Qué color de cabello y de ojos? ¿Qué estado físico? Y, tal vez el más importante de sus atributos físicos, ¿qué tipo de personalidad tiene?[41]

El proceso de fantasear y de buscar a alguien es el proceso de definir una lista de atributos abstractos y descorporizados antes de un encuentro real, que a su vez se supone se corresponde con el ideal deseado, basado en el propio conocimiento de las propias necesidades y los atributos de la propia personalidad. A diferencia de la imaginación romántica, que se basaba en el cuerpo y que era del orden de lo que Merleau-Ponty llamaba *sentir*, la imaginación de Internet es del orden del *connaître*, que vacía la percepción de su contexto existencial.

Internet proporciona un tipo de saber que, como está desarticulado y desconectado de un conocimiento contextual y práctico de la otra persona, no puede usarse

41 Edgar, Howard Brian y Martin Edgar Howard, *The ultimate man's guide to internet dating: The premier men's resource for finding, attracting, meeting and dating women online*, Aliso Viejo, CA, Purple Bus, 2003, p. 12.

para aprehender a la persona como un todo. En la película *Amor en la tarde* (dirigida por Billy Wilder), Audrey Hepburn le dice al hombre del que está enamorada (Gary Cooper) que ella es "demasiado delgada", que tiene el cuello demasiado largo, orejas demasiado grandes, a lo que él replica: "Puede ser, pero me gusta el conjunto". Los encuentros cara a cara no pueden reducirse a una serie de atributos, sino que son "holísticos", es decir que en los encuentros cara a cara prestamos atención a la forma en que se interrelacionan muchos atributos en lugar de a cada uno de ellos. Lo que por lo general llamamos el "encanto" o el "carisma" de otra persona consiste precisamente en las formas en que distintos atributos se integran entre sí y se presentan en contexto. Como nos enseñó Husserl, las cosas se relacionan con otras cosas porque es "un cuerpo que percibe y se mueve"[42] el que las comprende. Cuando toma contacto con el mundo, el cuerpo vivido tiene una experiencia reflexiva, algo que Husserl llamó *Empfindnisse*:

> [...] una experiencia vivida [*Erlebnis*] que no es una experiencia-de [*Erfahrung*], un hecho sensorial [*Empfindung*] que no es una percepción [*Wahrnehmung*], un encontrarse [*sich befinden*] que no es un encon-

42 Welton, Donn, "Soft, smooth hands: Husserl's phenomenology of the lived body", en Donn Welton (ed.), *The body: Classic and contemporary readings*, Malden, MA, Blackwell, 1999, pp. 38-56.

> trar algo. *Empfindnisse* son esos hechos sensoriales peculiares que [...] surgen en la intersección de sensaciones táctiles y cinestésicas y que, precisamente en esa unión donde toda distancia se supera, ciñen la carne de las cosas con la carne del cuerpo vivido.[43]

No soy una especialista en Husserl, pero me aventuraría a sugerir que el amor tiene lugar en esa forma particular de salir al encuentro del mundo. Es por eso que a menudo nos enamoramos de personas que se apartan mucho de nuestras ideas previas o por lo que, cuando nos enamoramos, estamos dispuestos a no tener en cuenta un elemento que no coincide con nuestras expectativas, precisamente porque prestamos atención al todo más que a sus partes.

Lo voy a decir de otra manera, recurriendo otra vez a la tradición teórica de la psicología cognitiva y a la investigación sobre la toma de decisiones. Un trabajo de investigación muy interesante que hizo el psicólogo cognitivo Jonathan W. Schooler[44] indica que cuando a la gente se le pide que recuerde un rostro y luego lo identifique en una serie, lo hace muy bien. Pero si a esa gente se le pide que describa primero el rostro con

43 Welton, Donn, *op. cit.*, p. 45.

44 Schooler, Jonathan W., Stella Ohlsson y Kevin Brooks, "Thoughts beyond words: When language overshadows insight", *Journal of Experimental Psychology* 122(2), 1993, pp. 168-183.

palabras y que luego lo identifique, no puede reconocerlo tan bien. Schooler llama a ese efecto "oscurecimiento verbal", una interferencia de los procesos verbales con los visuales. Los procesos verbales interfieren con las decisiones que nos exigen usar "la intuición", "la agudeza" o el juicio repentino. En otros términos, hay cosas que hacemos mejor sin palabras, es decir, sin verbalizar qué es lo que estamos haciendo y por qué lo hacemos. Por otra parte, no sólo las palabras interfieren con los juicios rápidos: el exceso de información en realidad no aumenta sino que reduce la capacidad de tomar el tipo de decisión rápida que define la atracción romántica.[45] Los juicios rápidos utilizan un tipo de cognición "veloz y frugal" –mínima– y que se basa en la "rúbrica" de una persona o un fenómeno, en sus

45 Véase Iyengar, Sheena y Mark R. Lepper, "When choice is demotivating: Can one desire too much of a good thing?", *Journal of Personality and Social Psychology* 79 (6), 2000, pp. 995-1006; Klein, G., *Sources of power: How people make decisions*, Cambridge, MA, MIT Press, 1998; Wilson, Timothy D. y Jonathan W. Schooler, "Thinking too much: Introspection can reduce the quality of preferences and decisions", *Journal of Personality and Social Psychology* 60 (2), 1991, pp. 181-192; Schooler *et al.*, "Thoughts beyond words"; Schwartz, Barry, "Self-determination: The tyranny of freedom", *American Psychologist* 55 (1), 2000, pp. 79-88; Schwartz, Barry, Andrew Ward, John Monterosso, Sonja Lyubomirsky, Katherine White y Darrin R. Lehman, "Maximising versus satisfying: Happiness is a matter of choice", *Journal of Personality and Social Psychology* 83 (5), 2002, pp. 1178-1197.

elementos mínimos. Es posible dar un ejemplo de esta cuestión: los experimentos demostraron que cuando se venden seis tipos de mermeladas, el 30% de las personas compra el mismo;[46] cuando se venden veinticuatro tipos de mermelada, sólo el 3% compra la misma. La razón es simple: a medida que aumentan las opciones, mayor es el riesgo de un exceso de información, lo que a su vez interfiere con la capacidad de tomar decisiones rápidas sobre la base de poca información.

La imaginación de Internet no se opone a la realidad; se opone al tipo de imaginación que se basaba en el cuerpo y en el pensamiento intuitivo (o el "rebanar fino").[47] La imaginación de Internet socava la imaginación intuitiva porque no es retrospectiva sino prospectiva, mira hacia adelante y, por lo tanto, está desconectada del conocimiento anterior tácito, práctico e intuitivo. Por otra parte, como se apoya en una masa de conocimiento cognitivo basado en el texto, está dominada por el oscurecimiento verbal, una hegemonía del lenguaje que interfiere con los procesos de reconocimiento visual y corporal. Por último, agregaría que como Internet nos hace ver todo el mercado de posibles opciones disponibles (para decirlo en términos descarnados: permite comparar precios), en el encuentro real por lo general tendemos a subestimar, no a sobrestimar, a la persona que conocemos.

46 Wilson y Schooler, *op. cit.*

47 Cuando John Updike dice que "An imagined kiss is more easily controlled, more thoroughly enjoyed, and less cluttery than an actual kiss" [Un beso imaginado se controla con más facilidad, se disfruta más a fondo y supone menos desorden que un beso real], hace referencia a un acto de imaginación basado en la experiencia, es decir, con alguien con quien uno en verdad estuvo (citado en Updike, John, "Libido lite", en *The New York Review of Books*, 18 de noviembre de 2004, pp. 30-31, cita en p. 31.

Si la imaginación romántica tradicional se caracterizaba por una mezcla de realidad e imaginación, ambas basadas en el cuerpo y en su experiencia pasada acumulada, Internet divide la imaginación –como un mundo de significados subjetivos autogenerados– y el encuentro con otro pues hace que las dos cosas ocurran en tiempos diferentes. También el conocimiento del otro suele quedar dividido, ya que una persona se aprehende primero como una entidad psicológica autoconstruida, luego como una voz y sólo después como un cuerpo en acción y en movimiento.

Esa forma particular de imaginación es, para el filósofo Merleau-Ponty, una fuente de patología. De hecho, para Merleau-Ponty lo imaginario y lo real no pueden separarse, y sugiere que es el intento de separarlos lo que constituye la patología.[48]

48 Véase Phillips, James y James Morley (eds.), *Imagination and its pathologies*, Cambridge, MA, MIT Press, 2003, pp. 191, 10.

¿Cómo explicar, entonces, que se formen parejas a través de la web? Match.com proclama que auspició nueve mil matrimonios, y aun cuando sin duda es un porcentaje muy bajo del total de personas que usan la web, un buen análisis debería tratar de hallar un sentido a ello, así como, en términos más generales, a los vínculos fuertes que se forman en y por medio de Internet. Permítanme volver a Artemis, la persona más selectiva que entrevisté. Cuando le pregunté por qué un hombre al que había conocido por la web le había interesado, contestó:

> Tenía que ver con mi perfil. [...] La gente que me interesa es la que tiene una gran competencia emocional. Necesito a alguien que pueda relacionarse con mi aspecto emocional. Por ejemplo, en mi perfil escribí, "No tengo paciencia con la mayor parte de la gente". Necesito a alguien que se relacione con eso, que trate de entender de dónde sale, por qué escribí eso.

Internet es una suprema tecnología psicológica, en el sentido de que presupone una comprensión psicológica del yo y alienta un modo psicológico de sociabilidad. Eso se ve confirmado, tal vez no deliberadamente, en un gran estudio de las relaciones formadas en la web que hicieron McKenna, Green y Gleason –especialistas en psicología social–, en el que sostienen que las personas pueden establecer y establecen vínculos importantes en la web porque Internet permite la expresión de lo que definen como el "yo auténtico".[49] Para definir el yo auténtico, utilizan la definición de Carl Rogers, la de un tipo de yo que suele estar oculto a uno mismo y a los demás y que se expresa mejor en el encuentro terapéutico, y se limitan a confirmar aquí la imperante ideología del lenguaje de la psicología.

Voy a suponer que son esas personas que dan un valor especial a la comunicación verbal emocional las que demuestran mayor competencia en la construcción de una relación privada por medio de la manipulación pública de sus emociones y su yo, y en la construcción de relaciones según el modelo terapéutico, las que despliegan lo que en la conferencia anterior llamé competencia emocional, las que más probabilidades tienen de maximizar la tecnología de Internet, de convertir así la web en una verdadera tecnología psicológica.

49 McKenna, Katelyn Y. A., Amie Green y Marci Gleason, "Relationship formation on the Internet: What's the big attraction?", *Journal of Social Issues* 58 (1), 2002, pp. 9-31.

CONCLUSIÓN: UN NUEVO GIRO MAQUIAVÉLICO

Cerramos el círculo. En el transcurso del siglo xx, la psicología se convirtió en lo que Castoriadis llama "un magma" de significaciones imaginarias sociales. Por magma, Castoriadis entiende una forma imaginaria que penetra en toda la sociedad, que la une y que no puede reducirse a sus componentes. El imaginario cultural de la psicología se convirtió en nuestro "magma" contemporáneo. Sus significados se comparten de manera colectiva y constituyen nuestro sentido del yo y nuestro modo de relación con los otros.

El psicoanálisis nació de la retirada del yo a la esfera privada así como de la saturación emocional de esta esfera. Sin embargo, en conjunción con el lenguaje de la productividad y la mercantilización de la personalidad en el campo de la salud mental, la corriente psicológica transformó el yo emocional en una representación y un texto públicos operados en una variedad de lugares sociales como la familia, la empresa, los grupos de apoyo, los *talk shows* televisivos e Internet. En los últimos veinte años, la esfera pública se transformó, de manera característica, en un campo de exposición de la vida privada, de las emociones y de las intimidades. Este proceso no puede entenderse si no se reconoce el papel que tuvo la psicología en la conversión de las experiencias privadas en una discusión pública. Internet es

el último avance de ese proceso, pues presupone un yo psicológico que puede aprehenderse a sí mismo por medio de textos, clasificarse y cuantificarse, así como presentarse y representarse de manera pública. Su problema es, precisamente, volver a convertir esa representación psicológica pública en una relación emocional privada.

De esta manera, como Adorno había sugerido con tanta fuerza hace más de cincuenta años, instituciones dispares quedan estrechamente vinculadas en un proceso de mercantilización del yo: la corriente psicológica, la literatura de autoayuda, la industria del consejo, el Estado, la industria farmacéutica, la tecnología de Internet, todas se entrelazan para formar el sustrato de la personalidad psicológica moderna porque todas tienen al yo como principal objetivo. Es ese progresivo entrelazamiento de los repertorios del mercado y los lenguajes del yo en el transcurso del siglo xx lo que llamé "capitalismo emocional". En la cultura del capitalismo emocional, las emociones se convirtieron en entidades a ser evaluadas, examinadas, discutidas, negociadas, cuantificadas y mercantilizadas. En ese proceso de invención y despliegue de una gran batería y un amplio espectro de textos y clasificaciones para manejar y cambiar el yo, también contribuyeron a crear un yo sufriente, una identidad organizada y definida por sus carencias y deficiencias psíquicas, que se vuelve a

incorporar al mercado por medio de constantes mandatos de autocambio y autorrealización. A la inversa, el capitalismo emocional imbuyó las transacciones económicas –en realidad, la mayor parte de las relaciones sociales– de una atención cultural sin precedentes al manejo lingüístico de las emociones, convirtiéndolas en el centro de estrategias de diálogo, reconocimiento, intimidad y autoemancipación.

Es aquí donde me aparto del legado de la teoría crítica y de lo que sería un relato foucaultiano convencional de este proceso: la dinámica que trazó una línea recta desde la imaginación freudiana hasta Internet no es una dinámica de completa administración o vigilancia. En efecto, ella está plagada de ambivalencia y contradicciones, ya que son el mismo lenguaje y las mismas técnicas que hicieron que las relaciones fueran explicables y estuviesen abiertas al escrutinio los que también hicieron posible la mercantilización del yo. En el proceso que describí resulta virtualmente imposible distinguir la racionalización y la mercantilización de la personalidad de la capacidad del yo de conformarse y ayudarse y de participar en la deliberación y la comunicación con los otros. La misma lógica que convirtió las emociones en una nueva forma de capital hizo que las relaciones en el interior de la empresa fueran más transparentes. La misma formación cultural que llevó a las mujeres a exigir igualdad

en las esferas pública y privada hizo también que los vínculos íntimos fueran más desapasionados, racionalizados y susceptibles a un torpe utilitarismo. El mismo sistema de conocimiento que nos llevó a atisbar en los rincones oscuros de nuestra psiquis y a "instruirnos" en el plano emocional, fue el que contribuyó a que las relaciones se volvieran entidades cuantificables y fungibles. En realidad, la propia idea de la "autorrealización" –que contenía y sigue conteniendo una *promesse de bonheur* política y psicológica– fue central para el despliegue de la psicología como un sistema de saber autoritario y para la penetración de los repertorios del mercado en la esfera privada.

Ante ese asombroso entrelazamiento de procesos contradictorios de racionalización y emancipación, de intereses y pasiones, de intereses privados y repertorios públicos, pienso que a Foucault y a un amplio espectro de teóricos críticos les complacería condensar esas contradicciones en términos de procesos arrolladores como la "mercantilización" o la "vigilancia", y subsumir el placer en el poder. Por su parte, los sociólogos posmodernos no dejan de estar desconcertados ante tal estado de cosas mientras celebran la ambivalencia y la indeterminación. Sin embargo, si hay algo que me gustaría afirmar al finalizar estas conferencias es que incluso si la racionalización y la mercantilización de la personalidad continúan irrevocablemente entrelazadas

con su emancipación, no podemos confundir a una con la otra. Nuestra tarea sigue siendo no confundir poder y placer. Es inevitable que nuestro análisis sea confuso, a pesar de que nos esforzamos por lograr claridad, porque debe lidiar con valores y esferas sociales que están necesariamente entrelazados. Si la sociología siempre nos instó a usar la sagacidad y la atención en el arte de hacer distinciones (entre valor de uso y valor de cambio, entre el mundo de la vida y la colonización del mundo de la vida, etc.), el desafío que nos aguarda es el de practicar la misma atención en un mundo social que una y otra vez derriba esas distinciones.[50] Para usar nuevamente la metáfora de Michael Walzer, la tarea del crítico debe acercarse al gesto de Hamlet cuando le da a su madre el espejo para que se vea como en verdad es en lo más profundo de su corazón: "La tarea del crítico [...] no es diferente, ya que el espejo que levanta apela a valores e ideales con los que todos nosotros coincidimos y a los que invocamos para hacer que otros sean responsables de sus actos".[51] Al levantar ese espejo, seguramente vamos a ver una imagen borrosa.

50 Para un excelente trabajo sobre el entrelazamiento de dinero y sentimientos, veáse Zelizer, Viviana, *The purchase of intimacy*, Princeton, NJ, Princeton University Press, 2005.

51 Véase Illouz, Eva, "That shadowy realm of interior: Oprah Winfrey and Hamlet's glass", *International Journal of Cultural Studies* 2(1), 1999, pp. 109-131, la cita en p. 128.

Es desde esa posición que procuré analizar la lógica ambivalente que vincula las emociones con el capital, y es también desde esa posición, y sólo desde ella, que me pregunto si el mercado no está conformando de manera más unívoca la lógica ambivalente que rastreé a lo largo del siglo XX. De hecho, si el sujeto capitalista convencional pudiera ir y venir de lo "estratégico" a lo puramente "emocional" en la era de la psicología y de Internet, me parece que el principal problema cultural es que se hace mucho más difícil volver de lo estratégico a lo emocional. Los actores parecen estar anclados en lo estratégico, a menudo contra su voluntad, e Internet proporciona un claro ejemplo de esto. Ello se debe no tanto a que la tecnología de Internet empobrezca la vida personal y emocional, sino a que crea posibilidades sin precedentes de sociabilidad y relaciones, pero las vacía de los recursos emocionales y corporales que hasta ahora contribuyeron a que siguieran adelante.

El análisis de la teoría del trabajo de Simmel que hace el sociólogo Jorge Arditi nos ayuda a entender qué es lo que está en juego aquí.[52] Arditi plantea que Simmel formuló una teoría de la alienación según la cual el empobrecimiento gradual de la vida personal es con-

52 Arditi, Jorge, "Simmel's theory of alienation and the decline of the nonrational", *Social Theory* 14 (2), 1996, pp. 93-108.

secuencia de la creciente separación entre la cultura objetiva y la subjetiva, entre nuestra experiencia y el mundo de los objetos e ideas que se generan fuera de nosotros. Como explicó Arditi, para Simmel, cuando creamos una cultura objetiva compleja perdemos la unidad necesaria para que tenga sentido. Para Simmel un objeto tiene sentido en el plano existencial cuando el sujeto y los objetos son congruentes. A este respecto, Arditi sugiere que amar significa aprehender al otro de manera directa y cabal. Significa que no hay ningún objeto social o cultural entre el amante y la persona amada, es decir, que ningún elemento del intelecto desempeña papel alguno en la experiencia de amar. Se trata de ideas románticas muy conocidas, pero no creo que pueda desechárselas sólo porque son románticas. Cuando amamos a alguien, le damos a esa persona un significado que deriva de experimentarla como un todo. La experiencia intelectual –lo que Weber consideraba la esencia de la racionalidad– introduce así necesariamente una distancia entre uno mismo y el objeto. Para Simmel, la racionalización introdujo un importante aumento de la distancia entre sujeto y objeto. Aquí Arditi propone una idea muy interesante: que la distancia social no deriva de la ausencia de características comunes, sino de la naturaleza abstracta de esas características. La distancia, entonces, no se instala porque las personas no tengan nada

en común, sino porque las cosas que tienen en común son, o pasaron a ser, demasiado comunes. Para plantearlo de un modo algo diferente, yo propondría que la distancia deriva del hecho de que las personas comparten ahora un lenguaje común y con un alto grado de estandarización. A la inversa, la cercanía deriva de la especificidad y la exclusividad de las similitudes compartidas entre dos entidades. En ese sentido, la cercanía implica que se comparten "significados generados de manera existencial". En otras palabras, es el hecho de que tenemos un grado cada vez mayor de técnicas culturales para estandarizar las relaciones íntimas, para hablar de ellas y manejarlas de manera generalizada lo que debilita nuestra capacidad de cercanía, la congruencia entre sujeto y objeto.

Considero que estamos ante una nueva configuración cultural, equivalente tal vez a la de la importante ruptura que efectuó Maquiavelo. Como es sabido, Maquiavelo sostenía que el éxito y la conducta públicos debían mantenerse al margen de la virtud y la moralidad privadas, y que el buen líder debía saber cómo calcular sus movimientos y manipular su persona de manera tal de parecer generoso, honesto y compasivo (al tiempo que era ahorrativo, astuto y cruel). Maquiavelo fue tal vez el primero que formuló la esencia de la personalidad moderna: su capacidad de división entre los ámbitos de acción privado y público, de

distinguir y separar la moralidad del propio interés y de ir y venir de uno a otro. La corriente psicológica transformó los términos de esa dualidad entre un yo moral privado y una conducta pública estratégica, instrumental y amoral. A través del medio cultural de la psicología, las esferas privada y pública quedaron entrelazadas, reflejándose mutuamente, absorbiendo el modo de acción y justificación de cada una, haciendo que la razón instrumental se use en, y se aplique al, campo de las emociones y, a la inversa, haciendo que la autorrealización y el derecho a una vida emocional plena se conviertan en el campo de la razón instrumental.

¿Ese estado de cosas nos hace más inteligentes y más capaces de lograr nuestros objetivos? El Príncipe de Maquiavelo puede no haber gozado de la aprobación de las autoridades morales de su época, pero por lo menos se lo suponía más hábil en la conducción de los asuntos comunes. Tengo mis dudas. Permítanme explicar qué quiero decir haciendo referencia a la fascinante investigación del neurólogo Antonio Damasio, que examinó a pacientes que tenían una lesión en la corteza prefrontal ventromedial (detrás de la nariz). Según los neurólogos, ésa es la zona crítica en el proceso de toma de decisiones. Las personas que tienen esa lesión suelen ser completamente racionales, pero carecen de juicio y de la capacidad de toma de decisiones sobre la

base de la emoción y la intuición (intuición debe entenderse aquí sólo como experiencia social y cultural acumulada). Así describe Damasio en su libro, *El error de Descartes*, el proceso de tratar de acordar una cita con una persona que padecía esa lesión cerebral:

> Sugerí dos fechas alternativas, ambas del mes siguiente y separadas entre sí por sólo unos pocos días. El paciente sacó su agenda y empezó a consultar el calendario. El comportamiento que siguió, que fue presenciado por varios investigadores, resultó notable. Durante media hora larga, el paciente enumeró razones a favor y en contra de cada una de las dos fechas: citas previas, proximidad a otras citas, posibles condiciones meteorológicas, prácticamente todo lo que uno pudiera imaginarse razonablemente en relación con una simple cita. [...] Nos estaba espetando ahora un aburrido análisis de coste/beneficio, un resumen inacabable y una comparación estéril de opciones y de posibles consecuencias. Hizo falta una gran cantidad de disciplina para oír todo esto sin pegar un puñetazo sobre la mesa y decirle que terminara.[53]

53 Damasio, Antonio R., *Descartes' error. Emotion, reason, and the human brain*, Nueva York, Putnam Publishing Group, 1994, pp. 193-194 [la cita corresponde a la edición en español: *El error de Descartes*, Barcelona, Crítica, 2006, pp. 227-228].

El hombre que trataba de decidir de manera racional cuándo concertar la cita es lo que yo llamaría un tonto hiperracional, alguien cuya capacidad de juicio, de actuar y, en última instancia, de elegir, está deteriorada como consecuencia de un análisis de costo-beneficio, de una ponderación racional de opciones que se descontrola.

La anécdota de Damasio es, por supuesto, literal, pero podemos usarla en sentido metafórico para interpretar todo lo que analicé en las últimas tres conferencias. Me pregunto si el proceso que describí no tiene esa propiedad de convertirnos en tontos hiperracionales. Como traté de señalar, estamos cada vez más divididos entre una hiperracionalidad que mercantilizó y racionalizó el yo, y un mundo privado cada vez más dominado por fantasías autogeneradas. Si la ideología es lo que nos hace vivir con placer en la contradicción, no estoy segura de que la ideología del capitalismo pueda seguir haciéndolo. La cultura capitalista puede haber llegado a una nueva etapa: mientras el capitalismo industrial e incluso el avanzado permitían y exigían un yo dividido, que pasara sin sobresaltos del campo de lo estratégico a las interacciones domésticas, de lo económico a lo emocional, del egoísmo a la cooperación, la lógica interna de la cultura capitalista contemporánea es diferente. Ahora el repertorio cultural de costo-beneficio del mercado no sólo se usa

en virtualmente todas las interacciones domésticas y privadas, sino que también es como si se hubiera hecho cada vez más difícil pasar de un registro de la acción (el económico) a otro (el romántico). La hegemonía de la hiperracionalidad, a su vez, afecta a la misma capacidad de fantasear. Cuando analiza la película de Stanley Kubrick *Ojos bien cerrados*, Žižek dice: "No es que la fantasía sea un potente abismo de seducción que amenaza con devorarnos, sino lo opuesto: esa fantasía es, por último, estéril".[54] Las fantasías nunca fueron tan abundantes y múltiples en una cultura que las construye sin cesar, pero pueden haberse tornado estériles porque están cada vez más desconectadas de la realidad e integradas al mundo hiperracional de la elección y la información sobre el mercado.

54 Žižek, Slavoj y Glyn Daly, *Conversations with Žižek*, Cambridge, Polity Press, 2004, p. 111.

Índice analítico